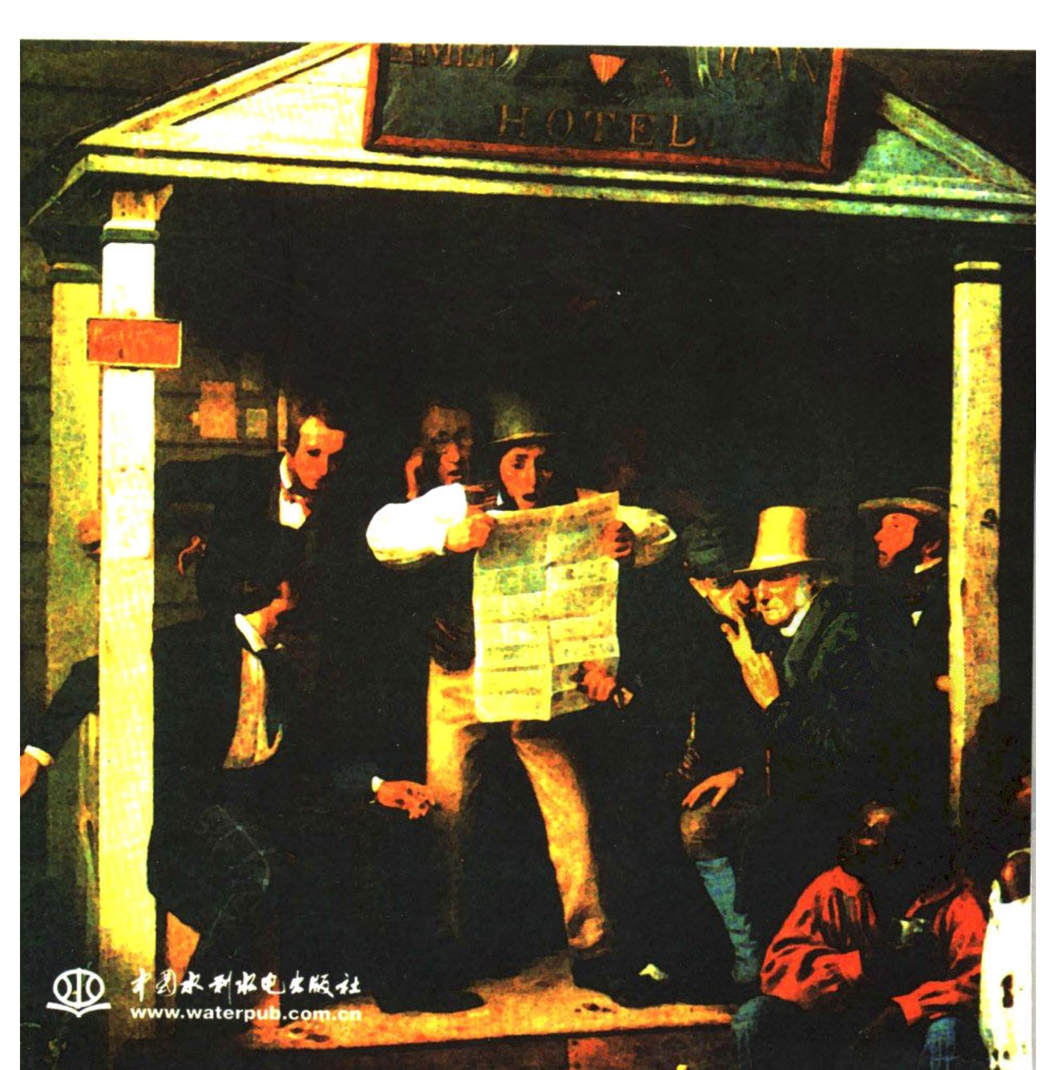
# 新闻业的怀乡病

许知远 著






中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

# 新闻业的怀乡病

许知远　著



**图书在版编目（CIP）数据**

新闻业的怀乡病 / 许知远著．—北京：中国水利水电出版社，2005

ISBN 7-5084-3139-1

Ⅰ．新…　Ⅱ．许…　Ⅲ．媒体—研究　Ⅳ．G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2005）第 089211 号

| 书　　名 | 新闻业的怀乡病 |
|---|---|
| 作　　者 | 许知远　著 |
| 出版　发行 | 中国水利水电出版社（北京市三里河路 6 号　100044）<br>网址：www.waterpub.com.cn<br>E-mail：mchannel@263.net（万水）<br>sales@waterpub.com.cn<br>电话：（010）63202266（总机）、68331835（营销中心）<br>82562819（万水） |
| 经　　售 | 全国各地新华书店和相关出版物销售网点 |
| 排　　版 | 北京万水电子信息有限公司 |
| 印　　刷 | 北京市天竺颖华印刷厂 |
| 规　　格 | 787mm×1092mm　16 开本　14 印张　125 千字 |
| 版　　次 | 2005 年 8 月第 1 版　2005 年 8 月第 1 次印刷 |
| 定　　价 | 28.00 元 |

# 目　录

# 序　　言

总有一代人会实现我们的梦想。

——吴晓波

我不知道有多少年轻的传媒人是从罗纳德·斯蒂尔那本厚厚的《李普曼传》里寻找到梦想的种子的。

19 岁那年春天的一个早上，哈佛大学二年级学生沃尔特·李普曼听到有人敲他的门。他打开门，发现一位银须白发的老者正微笑着站在门外。老人自我介绍：“我是哲学教授威廉·詹姆斯，我想我还是顺路来看看你，告诉你我是多么欣赏你昨天写的那篇文章。”在一个华盛顿之夜，《新共和》年仅 26 岁的年轻编辑李普曼被介绍到美国总统罗斯福的面前，总统微笑着对他说：“我早就知道你了，听说你是 30 岁以下最著名的美国男士。”

我是在 18 年前的复旦图书馆里读到这些情节的。那是一个月光很亮的夜晚，我从图书馆走回六号楼宿舍，内心充溢着无限的憧憬和冲动。我想我之所以能够在 18 年之后依然无悔地走在这条路上，大半是被那天夜晚的月光所迷惑了。

生活在世纪之交的中国青年，是被商业浸泡和掠夺了青春的一代人。当我们一无所有地走出校园的时候，我们首先必须面对的是繁琐的职业、昂贵的房租和无尽的物质诱惑。为了让父母放心、伴侣幸福、上司满意，我们必须用所有的青春去交换，去预支。于是，有想像力者成了最优秀的策划

家，辞藻华丽者成了最繁忙的广告人，有运作力的人则成了所谓的商业新贵。再也没有人会等待春天早上的那个敲门声，再也没有人可以笔直地站在“总统”的面前。

直到今天，当我写下这些文字的时候，内心竟已没有一丝的不安和自怜。我相信这应该是一代人的宿命，不管我们有没有瞭望到，它都将如期而至。

于是，有很长一段时间，我以为，我们的梦想已经失落在呼啸而过的路上；我以为，我们注定生存在一个根本不值得大师用文字记载的时代。

直到三四年前读到许知远们的文字，我的想法发生了改观。更让人惊奇的是，这些青年人已经冲杀到中国最优秀的商业媒体的核心。在一片血腥的故事和数据之中，这些充满了潮湿的梦想气质的喃喃自语一缕一缕地从水泥深处渗将出来，不管你是否听懂了，是否喜欢，它们依然像蚕丝一般地坚强，它们喋喋不休地念叨着李普曼、亨利·鲁斯、托克维尔、罗尔斯、加尔布雷斯……这些名字像咒语一般富有魔力，给一个平庸、浅薄而让人不耐的商业世界平添了一份怪异的精英气质。

互联网和全球化的到来，让中国青年得以在一夜之间绕开所有的传统和包袱。当许知远们飞越重洋，敲开《经济学人》、《华盛顿邮报》总编的办公室的时候，世界似乎真的缩成了一个小小的桃核。这是一些足以让所有人产生幻觉的对话和经验，它让我们相信改变是可能的，梦想是真实的，未来是真的会到来的。

此时此刻，当我一页一页地阅读着这些文字的时候，我仿佛又回到了 18 年前的那个夜晚，月亮又大又亮，照耀在即将出发的道路上。我仿佛看到那个似乎沉沦的梦想又如泡沫

一样地复活。

那个梦想，一百多年前，在刘鹗的书桌前曾奄奄一息——“棋局已残，吾人将老，欲无哭泣也，得乎？”

那个梦想，一百年前，在梁启超的海船上又曾复活了——“纵有千古，横有八荒，前途似海，来日方长，壮哉，我少年中国。”

那个梦想，从来都是沉重和“不真实”的。台湾作家龙应台早年留学美国，看见美国的年轻人抬头挺胸，昂首阔步，轻轻松松地面对每天升起的太阳，她实在觉得不可思议：“这样没有历史负担的人类，我不曾见过，我，还有我这一代人，心灵里的沉重与激越，是否有一个来处？”

做这两个世纪的中国人实在是很累。从梁启超、周树人到龙应台，再到我们，都是一些无从轻松的人，我们总是被一些无解的使命所追问，被一些没有着落的理想所驱赶。我们总是少数。当许知远在自己的 blog 上写道“一份《新青年》比当时中国最著名的纺织公司更有影响力”时，四周溅起的仍然会是一片嘈杂的不解和不屑声。我想这并没有什么，从来没有一个国家或一个时代的梦想是由所有人的肩膀一起来承担的。

对于一个以“致富”为惟一生存准则的时代，丛林法则和达尔文主义的盛行似乎是一种必然。但是，总归要有那么一些人去呵护住最后那点理想的火星，总归要有那么一些人用夸张和尖利的声音去引导精神的方向。我们都是最终到达不了目的地的人——我甚至怀疑以“天生的全球化一代”自诩的许知远们能否真的走到那里。但是，在很多时候，这都并不重要，重要的是，我们像稻草人一样地矗立过，历史的大风总要从这里吹过，我们和它处在同一个方向。

我相信，总有一代人会实现我们的梦想。

总有一代人，会像李普曼那样等到敲门的声音，等到笔直地站在“总统”面前的时刻，等到《光荣与梦想》式的中文著作轰然诞生，等到《纽约时报》式的中文报纸在中国的大街小巷上被响亮叫卖，等到伍得沃德和伯恩斯坦式的中国记者成为国家英雄。

然后，历史在他们手中“终结”。

然后，“最后的中国人”出现了，他们与龙应台看到过的美国青年一样，“抬头挺胸，昂首阔步，轻轻松松地面对每天升起的太阳”。

吴晓波

2005 年于杭州

吴晓波，1968 年生人，1990 年毕业于复旦大学新闻系。财经作家，贝塔斯曼亚洲公司签约作家，从事企业发展谋略研究。已出版著作有：《大败局》、《穿越玉米地》、《非常营销》、《温州悬念》、《被夸大的使命》等。其中，《大败局》一书被誉为“迄今惟一关于中国企业失败的 MBA 式教案”，并被评为“影响中国商业界的二十本书”之一。吴晓波同时是哈佛大学访问学者，“蓝狮子”财经图书策划人。

# 自　　序

这本书中绝大部分篇章写于 2001—2002 年间。在我喜新厌旧的智力探险里，那时的我正沉溺于西方新闻史。不可避免地，我赋予了那些杂志、报纸与新闻记者们或许其并不具有的特质与意义。日后想来，那种过分抒情化的描述，可能正是对自己工作意义的某种不够自信的表现，因为彼时我刚刚正式进入这一行业。

剔除其中过分浪漫化的、不够客观的语句，偶尔跳跃出的一些文字今天读起来也仍旧动人。它不自觉地流露出的理想主义情怀，尽管往往只是一厢情愿，却可能在一个瞬间对你产生某种鼓舞。

媒体与时代精神之间的关联，是我最热衷探讨的问题，尽管解读常常是不令人信服的。把旧作结集出版，可能是创造力匮乏的前奏，但我更愿意理解成是情感的回归。四年的记者生涯，使我变得比从前成熟（也更世故），对媒体与社会之间的关系了解得可能也更深入。但毫无疑问，我不无怀念最从前的那种由无知带来的激情与冲动。

我期待的阅读者是那些刚刚进入新闻业的年轻人。他们不够幸运，因为中国的媒体世界正被一种惊人的平庸、粗俗的气氛包围着。造成现状的原因复杂，一些是公认的，但更主要的却是来自新闻人的自甘堕落，尽管没人愿意承认这一点。

透过这本书，我想对大家说的是：你即将展开的故事，

**远比眼前能看到的更加辽阔与激动人心。不切实际的幻想可以被原谅，但如果你拒绝通过自身的努力改变现状，不相信个人的意志将可能给社会整体的变革带来戏剧性的改变，那么你很可能会错过这个必将被证明是奇特而富于变革意义的时代。**

# 国家与教堂之争

《纽约时报》（*New York Times*）发行人阿瑟·苏兹伯格（Arthur Ochs Sulzberger）想在该报的言论版上发言。于是，他非常客气地给总编辑罗森涛留了一张便条，询问他这样的文章是否值得发表，并声明采用与否全凭编辑的意见。作为这家有着一百多年历史、能够影响总统选举与政府撤军的出版物的最高决策人，苏兹伯格深知不容干涉的编辑权是确保该报获得长远成功的基础。所以，该报在挑选每一位总编辑时都表现出异乎寻常的小心翼翼。一旦决定，总编辑的权威与意志是不容挑战的，他定夺报纸上的每一个细节。

阿瑟·苏兹伯格遵循的是新闻界长期以来的游戏规则——编辑权与经营权截然分开。亨利·鲁斯用“教堂与国家”来形容这一规则。20 世纪 40 年代以后，为了解决时代-生活集团因规模迅速扩张而产生的管理混乱问题，鲁斯设立了发行人与主编制。对于时代集团内的任何一本杂志，发行人负责发行、广告等经营业务，是“国家”；而主编全权处理编辑事务，为“教堂”。两者之间隔着一堵无形却厚实的墙壁。

由于亨利·鲁斯认定新闻工作的首要任务是“社会责任”，其次才是利润，所以鲁斯时代的“教堂”具有至高无上的地位，而他本人也更乐于别人视他为时代公司的“总编辑”，而非什么最高行政总裁。对编辑部门的尊崇，是 20 世纪 80 年代之前美国新闻界的普遍作风，“教堂”是崇高的，精神的，而“国家”是世俗的。而当时相当多的媒体公司的

最高首长是由编辑或记者升任的。

在《华尔街日报》（*The Wall Street Journal* ）的改造人克劳伦斯·巴荣看来，一个不懂写作的人怎么可能成为《华尔街日报》的发行人？一段或许莫须有的争吵传神地传达出当时的这种气氛。那是在 20 世纪 40 年代末，当时《华尔街日报》广告部负责人费斯特用尽心思拉来了福特公司的巨额广告，但他需要一个比较重要的版面，于是去找发行人巴尼·基尔戈尔，总编辑克比恰好也在场。显然，基尔戈尔对于损害读者利益、迎合广告要求不太感兴趣，因为《华尔街日报》的主要版面是不容出卖的。克比也挖苦道："不要答应别人你自己做不了主的事。"费斯特反驳道："是广告在付你薪水。"此时克比暴跳如雷："是记者们付我薪水，你也是一样。"

今天的记者们愿意回顾那个年代的美好时光。报纸、杂志不仅是一件商品，它更有着崇高的社会使命，高品质的内容是确保媒体成功的最关键要素。在那个时代，伟大的编辑们,不管是《纽约客》（*New Yorker*）的威廉·萧恩(William Shawn)、《君子》杂志(*Esquire*）的哈罗德·海斯( Harold Hayes),还是《华盛顿邮报》（*Washington Post*)的本·布拉德利，都有着崇高的威望，他们对于自己的职位有着深刻的自觉意识，出版商对这些编辑们也尊敬有加。寻找一位成功的作者似乎比一家广告客户要重要得多。《纽约客》的发行人弗里希曼对于威廉 萧恩尊敬得有如父辈。而对商业行为嗤之以鼻的《纽约客》在萧恩时代也确实获得了空前的商业成功。

可以肯定地说，20 世纪 80 年代是社会风向的转型期。里根政策与华尔街投机共同创造出的浮夸风气渗透到当时社会的每一个角落。那些鲁斯时代的老一代出版人正在消失，

“教堂”的崇高地位也在迅速消逝。几个关键事件印证了这一点。以空洞的时尚杂志、煽情的地方新闻起家的纽豪斯出版集团分别在 1981 年、1983 年购买了声誉卓著的兰登书屋（Random House，Inc.）与《纽约客》杂志；1985 年，“坏小子”艾尔·努哈斯（Allen Neuhacth）利用推销消费品的方式成功创办了垃圾报纸《今日美国》（*USA Today*）；1989 年，“时代-生活”集团购并华纳兄弟公司……

《哥伦比亚新闻评论》在 1987 年说道，MBA 正在成为新闻业的新老板。这些例证恰当地说明，新闻出版业的报人传统正在瓦解，那些受商学院训练的人对报纸与杂志不再有当年鲁斯般的特殊感情，他们把出版物理解为与汽车、化妆品、洗发水毫无区别的商品，他们对利润、广告商、商业数字图表的关心要远远大于对编辑理想、杰出新闻作品的追逐。伴随着时代-生活集团与华纳公司的最终合并，总编辑这一曾经与公司总裁平起平坐的职位失去了往日的光彩，它成了一个部门领导的代名词。一手促成这次并购的杰纳德·李文（Gerald Levin）——今天时代华纳公司的 CEO，从来就没有看得起过编辑的工作。尽管编辑独立的传统依旧得到了表面上的尊重，但谁都清楚，世界已经改变。

20 世纪 90 年代之后，这种变化一再加剧。不管是时代集团、《洛杉矶时报》（*Los Angeles Times*）、《纽约客》等这样的老牌出版物，还是《连线》（*Wired*）、《快速公司》（*Fast Company*）这样的新生物，“国家”都在毫无廉耻地吞没着“教堂”的地位，编辑们被要求与广告人员一样为公司创造直接利润。鲁斯时代的“一切为读者考虑”变成了“一切为广告客户考虑”，况且这个时代的读者们似乎对于严肃的阅读也失去了兴趣。《哥伦比亚新闻评论》在 1998 年以《洛杉矶时报》

为例刊登出封面故事“教堂与国家之争”，对新闻理想、编辑独立原则正在遭受的玷污表示惊愕。《洛杉矶时报》的负责人马克·威利斯的看法代表了当代多数媒体经营者的看法：“有没有（教堂与国家之间）那道墙并不重要，重要的是报纸要做到公正。”然而，没有那道墙怎样做到公正？面对IBM公司这样的广告客户，那些不喜欢“墙”的经营者当然会压迫编辑撤销对该公司的批评文章。

今日“国家”对“教堂”的侵蚀，似乎是对几十年前编辑记者们藐视广告发行人员的一次“反动”。但从20世纪80年代至今，热衷于谈论利润的媒体经营者似乎也正逐渐意识到，报纸、杂志这样的出版物毕竟与肥皂不同，它们蕴涵了更丰富的智慧与人性的力量。迷信调查与发行数据的纽豪斯终究未能经营好兰登书屋与《纽约客》杂志。那些专为迎合广告商而存在的新经济杂志也厄运连连。但是，“教堂”与“国家”间的裂痕已经不可修复，双方都指责对方的无知与无能。就像美国在线(AOL)与时代华纳合并之后,笃信技术的AOL人将杂志编辑、音乐家视作是软弱无力的鼻涕虫，而《时代》的编辑们则傲慢地藐视着这群不懂莎士比亚、不穿高级西装的暴发户……

对于一直就缺乏规范的中国媒体界来说，谈论“教堂”与“国家”之分过于奢侈，它们面临着更直接、更棘手的困难。但笔者的确想通过介绍别人的经验来为正在急剧升温的中国媒体提供某种参照。前些年那些急匆匆奔向“dot-com”的传媒人与投资者们，如今似乎全都在谈论杂志、报纸出版。网站建设计划书改换格式，变成了杂志创刊或改版的说明书。

这些计划书中充斥了有关市场调查、光辉前景的内容，最重要的当然是财政预算。没有人主动谈及核心编辑的组成，

没有人说到如何确立编辑独立原则。投资者与媒体人都迫不及待地在谈论市场推广，然而却很少有人说“我们应该先编辑出一本伟大的杂志”。

尽管前面我们不断提及美国媒体的编辑权所受的威胁，但笔者也必须承认，长期的教堂与国家传统，使得主要媒体的编辑们在自己的区域里仍享有不容侵犯的权力。现任时代出版集团总编辑的诺曼·皮尔斯汀在职责说明中强调，自己的职责就是确保其控制下的24本杂志能够公正客观地报道，能够赢得读者的尊敬，不管是否触及自己集团的利益，不管这些杂志是否会批评其母公司的领导杰纳德·李文。

而对于从未有此传统的中国媒体来说，倡导独立的编辑权是其走向成熟的基准。遗憾的是，不管是投资人还是编辑自己都尚未意识到这一点。报业巨子威廉·兰道夫·赫斯特（William Randolph Hearst）在选择投资项目时，最关注的不是该项目的前景，而是是否有适合改项目的天才人物。他会因为一位天才编辑的出现而投资一本杂志。而一旦决定投资，他就会对该人选极度信任，并提供最大的支持。

经营报纸与杂志是一项依靠天才与耐心共同作用的事业。亨利·鲁斯相信这一点，所以他会不遗余力地寻找到天才作家，给他们最好的薪水与最大的自由，他会容忍《体育画报》长达7年不盈利；阿瑟·苏兹伯格也这样认为，他说“我既然认定罗森涛是最好的总编辑，那么我就没有权力干涉他的工作，只有这样，《纽约时报》才能永远站在公正这一边”;诺曼·皮尔斯汀持同样的观点，他认为，《时代》杂志只有拥有批评任何人的自由，才能够确保它未来的成功。

笔者希望中国的媒体投资人拥有阿瑟·苏兹伯格的心胸与赫斯特的耐心，更希望中国媒体人士能够拥有清醒的自我

认知。“国家”与“教堂”之间的冲突本质上是不可协调的，但希望它们的力量能够均衡起来。 AOL 的那些技术官僚们本能地认为“内容人”（contentmen ）是一些软弱且易于伤感的家伙，他们没有实力。笔者无须深入分析这种藐视背后蕴涵的两种文化的冲突，但有一点的确正确，站在人文传统这一阵营的人确实未能在这个时代表现出他们的内心力量。

回到中国媒体，这一现象更加明显。我们的媒体长期以来被懒惰、受贿、不负责任这样的指责包围着，缺乏基本职业训练的编辑记者们从未建立起该行业的声誉。 那些略会将文字组织完整的人进入了报纸、杂志、电视、网络，新闻从业者应肩负起的公正陈述事实的社会使命感缺席了。公众似乎也从未有意识地将媒体人视作是一个独立的群体，他们是失败的专业作家，是会写字但缺乏职业精神的白领。

这些媒体人在与投资者合作时，本能地式微。他们和投资者一起大谈财务框架、市场反馈，却只字不提诸如我的编辑理想是什么、我们需要怎样的支持、杰出的作者与优秀的市场推广至少同样重要等问题。当然，这样的媒体从业者在缺乏职业化新闻训练的中国的确非常稀缺，他们对于中国媒体的成熟有着至关重要的作用。在一个体制不健全的年代，主编的个人气质会成为一本杂志或一份报纸的风格的决定性因素。

胡舒立与《财经》杂志为这种观点提供了漂亮的中国注解。作为中国最优秀的财经记者，胡舒立利用自身的光环，让这本年轻的杂志迅速崛起。纯正的西方新闻训练以及锋芒毕露、坚硬的胡舒立性格造就了《财经》的性格。《财经》的出现与成熟是令人惊喜的，它印证了西方新闻业的一些基本准则在中国同样适用：明星记者制、对新闻报道的客观公正

性的强调、新闻从业者的敬业态度、编辑的精英意识……笔者还想强调的是《财经》对于编辑独立原则的尊重。一位该杂志的资深编辑对笔者讲述了该杂志几次拒绝高额软性广告的经历。

倡导编辑独立原则、建立现代编辑制度是日趋成熟的中国媒体的必由之路。野心勃勃的投资者与媒体编辑们都喊出诸如“我们要做中国的《财富》、中国的《新闻周刊》、中国的《华尔街日报》、中国的《福布斯》”之类的口号，那么我们的媒体都必须直视“国家与教堂”的问题，承认编辑记者的天才智慧对于媒体的绝对重要性。当然，还有坚韧。媒体是不适合目光短浅的投机者与对自我理想缺乏信心的编辑人的，因为媒体要求从业者相信自己的梦想，相信自己与众不同，相信新闻理想的高贵性……

# 亨利·鲁斯的好奇心与我们的理想

鲁斯和他的杂志对于美国人性格的影响，要大于所有教育制度的总和。

——罗伯特·赫钦斯（Robert Hutchins），
美国芝加哥大学前校长

《时代》（*Time*）杂志的创始人亨利·鲁斯（Henry Luce）对于未知事物具有一种强迫症式的好奇心。商业评论家马歇尔·布罗仍然清晰地记得他第一次与亨利·鲁斯共进午餐的场景。那是 20 世纪 50 年代中期的某一天，时代出版公司在洛克菲勒中心举办了一次午餐会。马歇尔·布罗和亨利·鲁斯都是到场来宾。当时同席的还有一位新来的农业报道作家。不知为何，这位作家突然讲到了小鸡如何生育的问题。亨利·鲁斯——这位 50 多岁的杰出编辑，当时美国最有权势的出版人——完全被这个问题吸引了。于是，鲁斯的追问成了这次午餐会的惟一议题。曾任《财富》（*Fortune*）杂志编辑的经济学家约翰·肯尼斯·加尔布雷斯（John Kenneth Calbraith）回忆到，鲁斯是一个政治与道德保守主义者，是一个坚信美国梦的浪漫主义者，然而这一切与他的好奇心相比却都在其次。

有感于美国人对于世界的无知， 24 岁的鲁斯与他在耶鲁大学的同学布瑞顿·哈登（Briton Hadden）于 1923 年创办了《时代》杂志。关于发起缘起，他们特别强调是源于他们对

十新观念的浓厚兴趣。在 1923 年之前，也就是在《时代》创办之前，当人们提到“新闻”时，政治与犯罪是惟一的反应。但鲁斯对于一切社会现象几乎都抱有强烈的兴趣与好奇——医学、法律、科学、技术、宗教甚至新闻业本身，这也使得《时代》几乎重新定义了“新闻学”的概念。1929 年，鲁斯创办了《财富》杂志，因为他想更深入地了解仍为公众陌生的工商界。而到了 1936 年，他又试图利用镜头来展现如此广阔与奇妙的世界，于是在美国街头出现了《生活》（*Life*）杂志……

在时代杂志王国中，亨利·鲁斯是一个严肃缺乏幽默感的老板，他强硬的编辑方针与固执的性格常常令下属心生畏惧。在每周例行的高级编辑会餐上，鲁斯通常心不在焉地看着菜单，思绪却转到别的事上，最终在无可奈何的状态中点下菜单上的第一道菜。吃饭的时候，只有说出新观点的人才能吸引他的注意力。资深的编辑知道说服“总编辑”的惟一方式是——提出新角度与新观念。即使这种新思想与他的信仰背道而驰，他对新奇观点的兴趣也总会占上风。

亨利·鲁斯是一个典型的 18 世纪末的改革者传人。200 年前，以富兰克林（Benjamin Franklin）、亚当·斯密（Adam Smith）、狄德罗（Denis Diderot）为代表的改革者们对于世界的强烈好奇心，驱动着他们不断进行认识和改造世界的活动。于是，一个启蒙时代来临了，现代社会的法制、技术、民主、经济等基本观念也由此建立。产生于 15 世纪和 16 世纪的变革——哥伦布的地理大发现、意大利的文艺复兴、伽利略对物理学基础的贡献等，同样是被一群对知识强烈饥渴的好奇者所驱动的。

而鲁斯开创事业的 20 世纪 20 年代，正是大众文化兴起

的时期。电影、广播、电报、杂志、电视都在这 10 年间或开始出现或蓬勃起来的。在现代技术的帮助下，地域界限变得模糊了，人们的视线被打开了。鲁斯的杂志在这一切急速的变化中充当了有力的鼓动者。他迫切地提醒人们，要站立起来，放眼四周，发现并欣赏那些新奇的人与事，生活的视角不应该那样狭隘。他成了新闻界中的富兰克林与狄德罗。

亨利·鲁斯对于新知抱有宗教般的热忱，你甚至可以说他那加尔文教派的掘取欲被不遗余力地转嫁到对知识的渴求上。1989 年，时代出版公司第二任总编辑海德利·唐纳文回忆到"鲁斯的头脑的确不凡——它充满了知识。他从在中国传教的父母亲、从哈齐克斯学校和耶鲁大学都吸收了很多知识，并不断地钻研、学习。最可贵的就是他能把所学的东西加以活用。他算是半个宗教理论家，一个渴望了解十几种不同学科的上进学生，一位在商场上游刃有余的生意人；在新闻界，他更是一个孜孜不倦而富有远见的改革家。"而《时代》的另一位资深主编曼弗瑞德·高特福莱同样说："鲁斯是一位有思想的人，是一位不折不扣的知识分子。如果你要和他辩论，他很可能会搬出诸如奥古斯丁或柏拉图等人物来说服你。"

《时代》、《财富》、《生活》等杂志正是鲁斯这种好奇心与思想的产物与执行者。罗伯特·赫钦斯所谓的"鲁斯和他的杂志对美国人性格的影响要大于所有教育制度的总和"的评价，正彰显出鲁斯的好奇心与充满理想主义的努力对于整个社会的深远影响。因为在一个大众文化时代，媒体所营造的影像与文字是公众了解世界的主要方式，它们的确有可能比正规的学校教育更有效。

那么今天呢？在这个新资讯革命时代，鲁斯缔造的帝国似乎不复当年的影响，因为杂志业仅仅是合并后的"美国在

线一时代华纳”庞大业务的一部分，况且网络与电视的影像世界已经成为绝对主宰。但是，亨利·鲁斯对世界的好奇心却没有变。20世纪20年代，《时代》试图让读者了解广阔的世界，今天CNN、《纽约时报》则马不停蹄地报道这个已经全球化的世界；30年代，《财富》想了解企业的秘密，而今天所有的媒体都对新商业传奇趋之若鹜；鲁斯曾经好奇于小鸡如何生育，今天的我们则好奇于基因技术怎样改变生命……

达·芬奇曾经对数学与机械原理痴迷不已；狄德罗为了了解更多而编纂了《大百科全书》；爱因斯坦试图探求人以光速运动将会出现的景象；亨利·鲁斯则想知道，一份杂志除了报道政治与犯罪新闻以外是否还可以说点别的，比如印度人平时吃什么之类的话题。

中国在20世纪20年代同样出现过杂志热。从美国归来的胡适、梁实秋、林语堂，从日本归来的周氏兄弟，当然还有本土的陈独秀等等，他们渴望为僵死的中国文化注入生气，于是他们利用《新青年》、《语丝》，还有20世纪30年代的《生活》，拼命地从西方国家引入制度、文化、思想的讨论。这一切努力的确在当时的中国青年人中掀起了一股狂热，他们对于“恋爱自由”、“科学与民主”这样的话题倍感兴趣，并激发了诸如傅斯年、罗家伦这样的青年学生的高远志向。今天的学者喜欢将“启蒙运动”加之于20世纪20年代，并将其推至一个神圣的地位；但笔者更倾向于认为，正是那些在20年代不断涌现的各类杂志与书籍，激发起了一代青年沉睡的好奇心，他们开始渴望了解生活的更多种的可能性。在那场运动中，重要的不是赵家楼的那把火，而是一个普通的年轻人会思考“我为什么不可以拒绝与那位定亲的乡村姑娘结婚”

之类的问题。

尽管今天的中国青年处于前所未有的多样选择的时代，但笔者仍有些遗憾地发现，互联网、电视、书籍并未激发起他们的热情与好奇。资讯的充足甚至伤害了他们的思维，当他们面对丰富的世界时，似乎仍在用单调的目光打量，他们多少有一点与马尔库塞所描绘的“单面人”相类似。

留心,这触及到现代社会的一个根本命题——通才教育。亚当·斯密早在 200 年前就提醒我们，过细的专业分工正在让人变得工具化。今天，亚当·斯密的忧虑早已演变为严重的社会弊病。我们发现自己是如此乏味，除了工作之外，对于其他领域所知甚少。我们是医生，是律师，是程序员，是股票交易者，却不是一个丰富而有趣味的独立个人。在这本杂志的编辑看来，好奇心是对抗这种专业化与乏味化的最有效手段。当你让莫奈（Claude Monet）的画、柏辽兹(Hector Berlioz）的音乐、非洲的考古发现、微软试验室的科技发明、《纽约书评》（*The New York Review of Book*）成为你生活的一部分时，你会发现生活其实充满了趣味，它湿润柔软而非干燥坚硬。好奇心让你摆脱与强悍的社会、狭隘的内心碰撞的机率，它让你学会与自己对话，让你成为自己最好的朋友。这是柏林大学、牛津大学、哈佛大学的教育理想，是《大西洋月刊》（*The Atlantic*）、《泰晤士报文学增刊》（*The Times Literary Supplement*）、《时代》的理想，如今，它也是我们这群年轻而好奇的编辑的理想。

这些话说得过于漂亮，还有些拗口。原谅一个年轻人的自以为是与激情鼓舞下的慌乱。简而言之，我们希望重新激发起你的热情、好奇与对生活的广泛兴趣，就像你童年时玩泥巴的盎然兴致。

# 时代传奇

在美国，多数人孤陋寡闻。因为到目前为止还没有一种适合于忙人阅读、能满足他们一经浏览即能做到消息灵通的需要的出版物。《时代》即是这样一本新闻周刊。

——布瑞顿 · 哈登（Briton Hadden）、亨利 · 鲁斯（Henry Luce），《时代》创始人

《时代》的目标在于捕捉这个世界正在发生事件所具有的魔力，不论政治还是艺术，它要鲜活地表现那些塑造我们时代的人。

——沃尔特 · 伊萨克森（Walter Isaacson），《时代》前任主编

布瑞顿 · 哈登与亨利 · 鲁斯一点都不迷惘。当他们在 1922 年 2 月 6 日从《巴尔的摩新闻报》辞职时，他们坚信自己一定可以办成一份“让大多数美国人更了解世界”的杂志。这对 24 岁的年轻人像一个异类，因为当时的时髦青年们正在格林威治村或者巴黎忙着写作与听爵士乐，或者干脆在苦艾酒中消磨时日。23 岁的欧内斯特 · 米勒尔 · 海明威（Ernest Hemingway）还要再过几年才写出《太阳照常升起》，而斯科特 · 菲茨杰拉德（F.Scott Fitzgerald）已经出版了一些短篇小说开始鼓吹“爵士时代的忧伤”，至于约翰 · 多斯 · 帕索斯（John Dos Passos）与迈克尔 · 考利这样的家伙还没有半点

成名的迹象。第一次世界大战摧毁了旧有的世界秩序，像海明威那样上过战场的年轻人对人类文明表现出不屑一顾的神态，他们希望在本能中寻找力量，到巴黎寻找艺术，所以他们迷惘。而对于美国国内那些没有才气的年轻人来说，美国外交政策的失败所带来的“孤立主义”，让他们心安理得地躲在国内享受新技术革命带来的物质生活。

1920 年 11 月，第一个商业性无线广播开播，人们的生活中有了广播。汽车尽管依然奢侈却并非遥不可及，纽约的中产阶级们开始流行打麻将，阿姆斯特朗的爵士乐时尚且新奇，尽管依然处于“禁酒期”，但还是能找一些。电影在 20 世纪 20 年代已经开始成熟，黑白幽默片里的明星们成了新的公众人物。所以，这些缺乏才气、没上过战场的享乐主义们同样对未来一片迷惘。

尽管布瑞顿 • 哈登与亨利 • 鲁斯目标明确、信誓旦旦，但很少有人相信他们的计划会成功。尽管这两个从中学到大学一直处于相互竞争状态中的年轻人在短暂的记者工作中表现出了惊人才华，也尽管他们都毕业于耶鲁大学，但是毕竟他们只有 24 岁。美国已经有了那么多的媒体，《纽约时报》与约瑟夫 • 普利策（Joseph Pulitzer）令人生畏的《纽约世界报》（*New York World*）每日都会登出大量新闻，H • L • 门肯（H. L. Mencken）的《美国水银杂志》、《星期六文学评论》（*Saturday Review of Literature*）、《美国展望》（*The American Prospect*）、《大西洋月刊》（*The Atlantic Monthly*）、《民族》、《新共和》（*The New Republic*）、《星期六晚邮报》（*The Saturday Evening Post*），还有新创办的《读者文摘》（*Reader's Digest*），它们则提供大量的分析评论。这两个 24 岁的年轻人所想像的杂志的生存空间在哪里？况且，这是两个穷小子，

创办杂志需要一大笔钱。

他们开始了说服别人当然也包括自己的行动，并给这本尚未出生的杂志起了一个漂亮而宏大的名字——《时代》。一些他们认定的潜在投资者收到了这两个青年充满豪情的杂志创刊缘起：

虽然美国新闻界比世界上任何一个国家的新闻界发展得都好,虽然外国人对美国的期刊如《世界工作》、《世纪》、《文学文摘》、《美国展望》等的精良内容赞叹不已，但大部分美国人却还没有拥有足够的信息，非常无知。这并非是日报的过失，它们刊登了所有的新闻；这也并非是周刊评论的过失，因为它们对新闻也有适当的反应与批评。如果允许一点狡辩，这是人们自己的错。人们资讯不灵通主要是因为没有一份适应这个时代的刊物，使忙碌的人能花费很少时间就得到所需要的一切讯息。

《时代》就是这样一本新闻周刊，其旨趣不在于其涵盖内容的广度，它关注的是如何将讯息输入到读者的脑海中。

在将近一年的时间内，他们像低级推销员一样四处推销他们的理想，希望能够筹集创办杂志所需的 10万美元资金。这其中的挫折可想而知，但是寄出去的订户调查却给他们以信心，将近 7 成的被调查者渴望见到这本杂志。这两个毛头小子最终得到了 8 万 7 千美元，70 人或出于真心、或者碍于情面成了这本杂志的股东，其中 46 个股东来自耶鲁大学。

1923 年 3 月 3 日，纽约街头的书摊上出现了每本 15 美分、连封面共 32 个页码的新生杂志《时代》。第一期的发行情况让两个年轻人沮丧。 2.5 万册中只有 9000 册回收了成本，那些最初的热心订户在提到付钱时都冷淡了下来，而通过书摊上销售的 5000 册最多只卖了一半。

当然，有眼光的读者还是一下子从这本稚嫩的出版物中闻到了不同寻常的味道。首先，它的 28 个页码竟被划分为“国家事务”、“国际事务”、“书评”、“剧评”等栏目，以使读者可以直接寻到他们的兴趣点。这种今天已经司空见惯的新闻分类法，在当时却是极大创举。

其次，他们将《纽约时报》中最值得阅读的新闻用最精炼的笔法改写，整本杂志具有连贯性，并给人以极强的阅读快感，信息含量更是惊人。当然，它带有鲜明的哈登风格，仿佛是他在耶鲁编辑的校刊。或许，我需要交代一下这两个同岁的小子之间的友谊。

他们同出生于 1898年，哈登出生于富有的银行家家庭，据说从小就表现出惊人的编辑与写作天才。小学时即编辑班内报纸，中学进入哈奇克斯中学开始编辑学生刊物《记录报》。而鲁斯则是一位在中国传教的穷教士的儿子，出生于中国山东。因为偶然的机会，他于 1913 年进入哈奇克斯中学，成为哈登的同学，并同为《记录报》编辑。尽管哈登热衷于自我表现，而鲁斯则内敛得多，但这两个野心勃勃的小子同时发现彼此之间在编辑与写作方面的热情与天才，并试图超越对方。在共同进入耶鲁大学之后，他们成为亲密的朋友，并共同成为学生刊物编辑。此时，他们二人的编辑倾向已经初步表现。哈登对于新闻进行分类的能力，包括创造新的词汇与奇怪语法的天才，以及鲁斯对于新闻的深度与客观的追逐都已开始显露。

1918 年夏天，19 岁的海明威在意大利南部的医院治疗一战给他带来的伤害，而德国人奥斯瓦尔德·施宾格勒（Oswald Spenglar，德国历史学家、浪漫主义哲学家）出版了影响深远的著作《西方的没落》……而这两个 20 岁的学生

正作为少尉军官在南卡罗莱纳州杰克逊军营接受军事训练。“那个夏天，实在热得难受，惟有夜晚才凉快些”，1953 年的鲁斯在《时代》创刊 30 周年时回忆道，那时他与哈登都剃了光头，像两个傻瓜。“有一天晚上，哈登和我越过大营地走回宿舍，我们每一步都陷入沙中，却谈得很起劲……就在那一次的交谈中，我们开始谈道《时代》……就在那一个夜晚，两个孩子决定合作，建立一个组织，把他们的生活中心、工作和任务结合起来……”

5 年后，他们充满惊异与喜悦地看到了《时代》第一期的诞生。由于两人同样狂热于编辑工作，他们最终掷硬币决定，于是哈登成为《时代》的第一任主编，而鲁斯则负责业务，两人每 5 年进行职责轮换。所以，哈登的造词本领与标新立异的写作方式为《时代》日后取得成功和遭人诟病奠定了基础。

不管怎样，第一期《时代》还是让人喜悦的。严肃的鲁斯在用半个小时阅读之后说道，还真不错哩。而如果你了解到，这本杂志的全体人员不过 11 人(包括 2 位创始人，其中第一位员工曼弗瑞德·高特福莱毕业于耶鲁大学，是第一位作家兼打杂、剪报员），他们的办公地点在纽约郊区偏远的第 8 大道的一个印刷厂内，墙壁肮脏且破旧，所有的素材仅有 20 年的《纽约时报》与破破烂烂的百科全书，每个人都要身兼数职才能完成工作，那么你就应该感到《时代》的诞生是某种奇迹了。

当然，杂志在业务上没有他们最初想像的那么乐观。第一年，他们亏损了 3.95 万美元。当时的纽约州州长富兰克林·罗斯福( Franklin Roosevelt )致信给鲁斯道“非常欣赏你们的新刊物，每一篇文章都值得阅读，每一个美国人都应

该参阅，以了解国家与世界大事……”

站在今日的角度，我们会发现这两个24岁的青年在1923年创造了多么具有预见性的发明，尽管今天的《时代》已与当年相去甚远。20世纪20年代正是大众文化兴起的时代，广播、电影、报纸杂志、爵士乐正在让多数美国人享受生活。以前只属于贵族与精英们的娱乐生活正在被每个人接受。世界开始被广播、电影、电话这样的技术联成一体，人们四周的信息量空前增长。在《时代》出现之前，美国的新闻界的确没有学会如何更清晰与直接地向公众报道世界正在发生的事件，公众似乎对此也缺乏足够的兴趣。如果我们将亨利·福特的装配线视作是工业中的一次革命，那么《时代》正是用亨利·福特式的观念改造了新闻界。更重要的是，由于媒体在一个大众文化时代扮演的关键性角色，《时代》对于新闻业的改造更直接地影响到公众对世界的理解。这里我需要引用哈登与鲁斯在创刊时表达的共同信念：

（1）相信地球是圆的，对具有“以四海为一家”胸怀的政治家们抱欣赏态度。

（2）……

（3）……

（4）对金钱买不到的东西具有信心。

（5）对古老的东西——特别是观念——予以尊重。

（6）对新的东西——特别是观念——最感兴趣。

我们会发现，这两位年轻人的关注点正在改变传统新闻业“揭露事实”的观念，他们更强调对世界未知事物的一种充满勇敢与信心的探索。在今后的历史中，这的确迎合并促进了大众时代的发展。当然，这一切在最初的《时代》中并没有明显的体现，即使是那两个小子也不敢这样想。

不过有一点我乐于承认，最初的《时代》的确有点像知识精英与普通大众之间的一道沟通的桥梁，它将知识人的观念精简，直白地传输给受过一定教育的读者——鲁斯所言的那 100 万受过大学教育的人。

当然，即使这一点，在当时也有很多人不愿意承认。在反对者看来，《时代》不过是一本喜欢摘用《纽约时报》稿件的文摘性杂志，因为它根本没有自己的记者。或许它经过了一些编辑的重新加工，然而，这哪里是什么正经的写作？编辑为了吸引人，就强烈地运用夸张的效果，把人写得很滑稽。胡乱的造词把句子的主、谓、宾结构颠倒（这一点被《纽约客》杂志大为嘲讽）。甚至杂志的主编哈登还伪造各种读者来信制造争端以吸引大众注意力，尽显各种不够严肃之手段。

尽管存在诸多问题，但这份利用各种手法来引起别人关注的杂志还是非常迅捷地获得了成功。 1925 年，它的发行量升至 10.7 万份，总收入达到 45 万美元。1927 年，它的页码由最初的 28 页增至 52 页，而在封面设计上确立了其独创风格——在封面边缘加一道红边。而到了 1929 年哈登因为风寒去世时，这两位 6 年前为了 10 万美元而痛苦不堪的穷小子，都已经成为百万富翁。

20 世纪 20 年代末，《时代》在褒贬不一中还是成为美国最重要的新闻媒体之一。除了杂志与时代对信息渴求的现实相吻合、哈登俏皮和大胆的编辑风格外，我们很容易在两人最初约定但却未必严格遵守的编辑理念中看到成功的缘由：

（1）新闻能够组织化，每一条新闻都可以重新组合成为一个完整的新闻组织.

（2）新闻的意义是可以解释的，不同的观点也应该一并呈现。

（3）制造新闻的是个人，而不是政府或其他神秘势力，因此人物和他们的言论、性格都有新闻价值，值得加以描述。

像对新闻分类一样，这 3 条今日习以为常的准则在当时是令人吃惊的。同时，《时代》还建立研究员制度。为了将新闻改写生动，他们大量插入历史资料。这一条成为日后杂志成功的重要保证。同时，他们还建立了还算严格的查证制度，查证人名、地名与新闻事实，避免出现大的差错。

但是，如果仅仅只是凭借这些，《时代》是很难成为今天这样一本影响巨大的杂志的，哈登的突然去世成为了重要转折之一。杂志是其主编意志的体现，哈登在充满机智与激情的同时，也暴露出其无可掩藏的劣势：他对于趣味的过分追逐在妨碍真正的事实与思想，机智可能会损伤到真正的大智慧，而哈登在富裕家庭中顺利的成长环境也决定了他缺乏持久的恒心。逝世前夕，哈登看起来对这本杂志已经极度厌倦了。

而鲁斯则不同，传教士家庭的出身让他具有一种清教徒式的热忱与耐力，而他的固执则使他不断地试图传播自己的价值观念。他真心地坚信，全人类应该具有一种理想化的生活方式，这与他在中国山东传教的父亲一样。所以，他最终会利用《时代》来表达他对于政治与社会的看法。

尽管鲁斯对于哈登的建树尊敬异常，并且坚信《时代》在哈登的领导下确立了一种独特而令人骄傲的风格，也尽管《时代》接下来的主编都尽量遵守哈登的准则，但鲁斯对于严肃的思想与事实的追求正在慢慢地影响着《时代》。到了 20 世纪 30 年代初，杂志所使用的句式已经不像以前那样过分怪异了。

到了 20 世纪 30 年代中后期，《时代》的影响力已经开始

深入人心。它自 1936 年开创的“封面人物”更成了美国社会的重要事件。已经成为知名作家的海明威就曾因为另一位作家帕索斯比他更早成为《时代》的封面人物而愤怒不已。而由于组织的不断扩大，《时代》更建立了“资深编辑”制度，使报道的分工更加专业化与准确化。二战爆发时，《时代》斥巨资派遣的海外记者令杂志几乎成为全美国最主要的新闻媒体。同时，由于鲁斯个人对于“最新知识领域”的强烈兴趣，《时代》成了当时世界重要知识分子发言的阵地之一，当时名不见经传的英国历史学家阿诺德·汤因比（Arnold Joseph Toynbee）正是因为《时代》而名闻天下的。

尽管被后来的评论家所不耻，鲁斯的确出于个人政治倾向使《时代》对于美国总统大选与政策制定造成了相当影响。到了 20 世纪 40 年代末，“令人生畏”的《时代》成了每位总统、国会议员与高级官员的必看杂志，没有人可以忽略它的影响。当然，对它的批评者也伴随其影响力的增加而不断增多。自创刊起，《时代》按照小说体来写作的方式注定了它可能会偏离事实。而伴随着机构的复杂化，一线记者与作家之间的沟通不便，以及查证员不可避免的疏忽，《时代》的报道在很多时候尽管曲折动人，却不免出错。美国管理学家彼得·杜拉克（Peter F.Drucker）曾经被选择作为 1950 年某期的封面人物，但后因朝鲜战争而被临时撤换。杜拉克后来读到这篇撤换文章后大惊失色，家里的一只宠物狗竟被描写成德国狼犬……

20 世纪 50 年代以后，《时代》逐渐被一种衰老之气困扰。除了当时电视的兴起、各大报纸的关注点向全球重要事件的转移，以及竞争对手《新闻周刊》、《美国新闻与世界报道》的壮大等这些外界因素外，《时代》自身的问题也逐渐尖锐起

来。在越来越庞大的时代—生活公司内，鲁斯已经不可能有更多的精力关照《时代》了。况且随着其年龄的增长，越来越保守的思想也开始妨碍杂志的发展。时代已经变化，然而《时代》却缺乏应变。而当时的主编福布吉林更是相当顽固保守，厌恶一切新事物，并且深得老年鲁斯的信赖。当猫王扭着屁股走上舞台之后，美国迎来了历史上最丰富与刺激的时代。迷恋女色、年轻而性感的肯尼迪竟然成为了美国总统，学生们再也不听话了，姑娘们像吃零食一样随意地服用避孕药，摇滚乐还有越战让整个美国不安地晃动着。而与此同时，1961年被《华盛顿邮报》购买的《新闻周刊》开始成为热门的新闻杂志，它正在充满快感地掠夺《时代》的读者与广告商。《时代》开始像吃了 LSD （一种迷幻药）的美国青年一样无法平静。

1968 年，在亨利·鲁斯去世一年后，鲁斯的继任者杜诺万最终决定让格伦沃德取代福布吉林成为《时代》的新任主编。格伦沃德，这个胖胖的维也纳人，自 1944 年加入《时代》以来以其不可多得的写作才华引得关注， 23 岁即是特约编辑，而本人更是性格随和。

在带领 40 位资深编辑在百慕大群岛尽享海风、阳光之后，这位主编决定进行让鲁斯不得安宁的改革。首先，他废除了集体创造制。45 年来，《时代》始终坚持每篇文章皆是由所有参与者共同完成的，所以不署名。因为鲁斯相信，编辑与记者不应该让自己成为明星，功劳属于全体。这种制度在新闻业发生巨变的 20 世纪 60 年代已经饱受唾弃，每个人都希望自己与众不同，并且极度拒绝别人为自己的文章动手动脚。当然，这项变革并非意味着编辑与审查制度的结束，而是让作者更有机会展现自己。当然，尽管他本人更加开明，

但是依然坚决地坚持鲁斯年轻时的哲学信仰：进步的保守主义。这一点正是鲁斯与哈登的最初理念——对于历史尊重，对于新事物尊重。而这一点正是使《时代》尽管在形式与政治态度上发生变化，其核心的价值观念却未根本动摇并得以持续发展的重要原因。

直到 1977 年，格伦沃德成为时代一生活集团总编辑，他是《时代》历史上最成功的主编之一。由于良好的艺术修养，他的个人风格使得《时代》的形式更加灵活。在上任一个月内，杂志刊出了以诗歌来撰写的赛马报道。第二年，《时代》更刊登了索尔仁尼琴的小说摘要，这在鲁斯理解的新闻周刊中是万万不可的。为了适应 20 世纪 70 年代的风气，格伦沃德更增加了“环保”、“心理学”、“行为”这样的专栏。此时的《时代》又恢复了部分生气。但是一个不争的事实是，它已经不可能再恢复从前的影响力了。

20 世纪 80 年代的《时代》继续在《新闻周刊》、CNN、《纽约时报》的夹击下生存。 1989 年，这本杂志体验到了以前从未品尝过的苦涩。这一年，时代一生活集团与华纳兄弟电影公司合并，组成全球最大的媒体集团。显然，到了 20 世纪 80 年代末，公司利益早已凌驾于媒体理想之上了。在一个电影、有线电视、书籍出版、杂志并存的媒体公司中，《时代》的利润那么不显眼。即使在杂志类别内，它的利润也远远低于《人物》（*People*）这样的流行杂志。但由于其已经形成的巨大声望，它仍然是新公司的旗舰（Flagship）产品。但是，谁都清楚，这已经不是亨利·鲁斯的时代。在鲁斯的眼中，编辑理想至少是与商业行为同样重要的，因为他更渴望成为一位政治家与思想家，而非商人。尽管《时代》的资深编辑们可以宣称，鲁斯所创建的“国家与教堂”理念是不可

动摇的，编辑独立原则是无法触犯的，但谁都清楚，这样的誓言是多么脆弱。

很显然，1992 年的改版的确有着过于强烈的商业目的。42 岁的年轻主编亨利·穆勒进行了过于勇敢的改革。为了迎合青年一代的读图喜好，他大量地增加了图片，减少了文字的长度，这必然影响到报道的深度。更为夸张的是，为了迎合习惯电视节目的读者，他将原来相对细致的栏目分类，有些简单粗暴地转变成类似公共电视节目的简单格式。显然，这是一次失败的改革。在迎合了读图时代的要求后，这本曾经因为深度分析而知名的杂志失去了深度，仿佛是一本图片杂志。它的发行量迅速跌落了 50 万份。

显然，很多人将希望寄托于 1996 年上任的主编沃尔特·伊萨克森身上。这位哈佛大学的毕业生、罗德奖学金学者于 1978 年进入《时代》，是这个时代罕见的编辑。5 年以来，他的确使这本杂志重新恢复了生气与自信。他坚信杂志必须被改变。这位被《纽约》杂志（*New York*）称作是“50 岁以下最具自我意识的新闻记者”承认，这个时代已经不是用“李普曼语气”来谈论政治的时代了，人们更关注个人的生活。过去的《时代》关心的多是刻板的政治世界中发生了什么，而现在的《时代》则是关心大家的餐桌上谈论什么。

当然，这并非意味着《时代》风格的粗俗化。尽管沃尔特·伊萨克森并不那么喜欢这个时代，但是他承认，多元化正在成为世界的主流，《时代》必须积极地反应这一切。《时代》的趣味变得前所未有的广泛，按照沃尔特·伊萨克森的说法，《时代》有一点《人物》、有一点《财富》、有一点《钱》（*Money*）、有一点《体育画报》（*Sport Illstrated*）……它是

这些杂志的结合体。

让《时代》的支持者喜悦的是，由于沃尔特·伊萨克森的存在，这种多元化并未使杂志媚俗化。这位主编罕见的个人使命感与才华让今天的《时代》散发出一股强烈的高调气息，即使在谈论餐桌上的话题时也避免流俗。而在其任期间推出的《时代 75 周年》纪念刊与举行的盛大的纪念活动——“世纪人物”的评选，都让这本杂志显现出惊人的生命力与影响力。这位言必称亨利·鲁斯与其他伟大新闻人物的人，在《时代 75 周年》纪念刊上底气充盈地表达了他对《时代》的见解。而他于 1997 年和 1999 年先后选择安迪·格罗夫（Andy Grove 英特尔公司联合创始人兼董事长）和杰夫·贝索斯作为封面人物的举措，更表现了他对即将到来的技术世纪的信心。

他在《鲁斯的理想——过去与现在》中讲道，今天的《时代》已经不需要再作新闻摘录了，因为电视与网络更善于此道。今天的《时代》要试图将单独的事件放入历史背景讲述，更注重为读者提供新的见解与远见，预测事件的未来可能，描写那些事件背后的场景，提审那些别人忘记提出的问题。

他接着还写道，“今天的时代已经不同于 60 年代至 80 年代，政治偏见已经越来越无关紧要，常识正在扮演越来越重要的角色。尽管我们在文章中依然会表现出自己的观点，但我们更希望能为你提供开放式的观念，而非某种偏见。”鲁斯曾在 1941 年提出“美国世纪”的概念，因为他坚信美国的价值观念对于全世界大有裨益。而今天，笔者依然坚信，自由的心灵、自由市场、自由表达意见与自由选择依然是《时代》所坚持的基本理念。

鲁斯与哈登相信地球是圆的，而伊萨克森则接着补充道，地球还是连线与网络化的。《时代》将依然坚持对于“新事物的强烈兴趣”，执着于探讨这项新技术对于任何社会的影响。在这项新技术带来的信息爆炸中，《时代》要扮演将零散的事实连接成完成的故事的叙述者的角色，要成为讲述影响这些事件的关键人物的描绘者。

在这篇非凡的文章最后，自命不凡的沃尔特·伊萨克森认为：在新世纪，我们同样面临许多挑战，比如信息技术对个人隐私的侵害，生物技术对生命尊严的挑战，《时代》会依然抱有与鲁斯、哈登同样的乐观态度——相信世界终究在进步。因为这种乐观会带来真正的建设意义。鲁斯坚信新闻业是一个高贵的事业，因为作为一名新闻记者，他战斗在争取自由阵地的最前方。今天的《时代》编辑将继续分享这一感觉——新闻记者是一项崇高的职业。

当然，2000 年 1 月 14 日，时代华纳与 AOL 的合并或许会稍微影响了沃尔特·伊萨克森的自信。大多数评论家认为，这不可避免地会影响到《时代》的编辑独立原则。沃尔特·伊萨克森在一周后的杂志“致读者”中写道，从鲁斯制定“教堂与国家”原则起，编辑的独立原则就已经不容怀疑。而这种独立原则已经深深地刻入了“我们”的 DNA 中，谁也无法破坏……

尽管这位当代最杰出的杂志编辑将 DNA 都摆了出来，但其不容置疑的语气却显现出某种悲壮。一个让人不安的事实是，不管是时代华纳的总编辑诺曼·皮尔斯汀（Norman Pearlstine），还是沃尔特·伊萨克森，他们都是通过新闻媒体知道这一并购事件的，他们事先的确不知情。在商人的游戏中，他们的理念似乎不够分量。

**不过，或许鲁斯与哈登的乐观是有道理的，对于并购事件仅仅陷入深深的忧虑是于事无用的。《时代》的未来怎样？就让我们相信鲁斯与伊萨克森的乐观与自信吧。当年那两位一名不文的 24 岁的年轻人在一间墙壁破旧的印刷厂厂房内创办这本杂志的时候，拥有的仅仅是这些自信与乐观。**

# 《财富》 商业是使命也是游戏

基本上，商业就是我们的文化，因为它就是我们时代的核 心。

——亨利 · 鲁斯，《财富》杂志创始人

商业是性感的、充满戏剧性的、被一些活生生的人所驱动的。

——约翰 · 休伊（ John Huey ），《财富》现任主编

20 世纪 20 年代，当亨利 • 福特因为 T 型车的成功开始肆无忌惮地对社会问题发言时，商业仍然生活在政治与文化的阴影下，商业生活是隐秘而缺乏公众尊重的，商业人物是一群“惟利是图分子”。而时间到了 1939 年，IBM 总裁托马斯 • 琼 • 沃森已经开始对全世界讲述“文明的本质”了。那么到了 20 世纪 50 年代，伴随着彼德 · 杜拉克所言的“大型工业组织要取代常规政府”的进程，商业领袖们成了不苟言笑、高高在上、令人敬畏的家伙们。而在 80 年代里根所鼓励的“贪婪时代”中，商人们已经成为名利场中的利害角色，他们毫不羞涩地与电影明星们与政客们站在一起。而自互联网革命发生以来，我们都在想，商业世界竟然发生了这样的变化，比尔 • 盖茨（Bill Gates）、史蒂夫 • 凯 斯（ Steve Case，AOL 创始人）、杨致远、吉姆 • 克拉克 （Jim.Clark） 成了全能冠军，他们不但是商人，更是发明家、思想家，甚至是时

尚界先驱。他们创造了流行的硅谷生活方式，改变了艺术与我们生活的世界，他们甚至说自己在创造第二次文艺复兴（正如熟悉中世纪历史的惠普总裁费瑞里奥所言）……

技术变革与社会文化的转化在上面描述的戏剧性变迁中扮演了关键角色，但我们必须同样承认，一本名叫《财富》（*Fortune*）的杂志也发挥了不可忽略的影响。它最初提出了商业在社会中扮演的核心角色，使公众认识到工业 500 强的重要，并令企业报道逐渐成为新闻业中的新阵营……我们至今为这本杂志的创始人亨利 · 鲁斯的洞见吃惊不已。

1929 年 3 月，这位年仅 31 岁的《时代》杂志出版人在一次公开讲演中说道：“基本上，商业就是我们的文化，因为它就是我们时代的特征。它控制我们的生活，而同时许可我们去加以控制的就是科学、技术，以及环球信用和环境的发展——简而言之就是现代企业。企业就是我们的生命，它是艺术家、牧师、哲学家、医生的生活必要条件，因为企业对艺术家或哲学家的生活情况问题具有一种决定性的影响，普通人更是随时都必须与企业发生关系。”

4 个月后，美国的企业界人士看到了鲁斯讲话的杂志版。一本 184 个页码、全部用重磅铜板纸印刷、并配以最精美的图片的《财富》杂志重重地摔在了他们的办公桌上，而它的价格是闻所未闻的 1 美元——这给予读者一种难以忘却的身份感。(当时 1 美元的购买力相当于今天的 10 美元,当时《时代》的年订阅价不过 5 美元。)

鲁斯渴望这本杂志给他带来真正的成就感。（因为毕竟《时代》是由哈登与他共同完成的，而由于哈登是第一位总编辑，使得《时代》带有更鲜明的哈登而非鲁斯风格。）由于他坚信商业将成为社会的核心力量（在选择刊名时，他在《权

力》与《财富》之间一度犹疑，可见他笃信财富即权力），而在当时，除了《华尔街日报》对商业进行并不全面的报道外，美国媒体对于商业界普遍缺乏兴趣与尊重。在经过两年的调查与试验之后，他决定出版这样一本“外观极尽豪华、插图极其珍贵、报道文章怀有一种使商业在公众心目中获得应有地位的目的”的杂志。于是我们在时代公司的历史文献上看到了当时对《财富》杂志的定义：

这份刊物将是美国现有刊物中最精美的出版物；它从头到尾都是权威性的；它将以最引人入胜的文字撰写，完全以事实为依据，深入浅出地报道商业界所关心的主题；它将以技巧的方式探讨商业道德的立场。

由于对哈登创造的《时代》饱经唾弃的特别文体耿耿于怀，鲁斯对于《财富》杂志的写作风格有着令人惊异的追求。他在寻求编辑与作家时，不要求他们学会写商业报道，但一定要会写诗歌与散文，在第一批撰稿人名单中甚至出现了海明威。而《财富》的一些编辑在离职后也成为美国重要的作家。到了 20 世纪 40 年代，《财富》已经当之无愧地成为英语世界中写作最优雅的杂志之一。

1929 年 10 月，在创刊号推出 3 个月后，股票市场崩溃，美国陷入了历史上严重的经济危机之中。对于一本报道商业的杂志来讲，这可能意味着灾难性的损害。而鲁斯却在危机之中看到了《财富》的未来，他相信，经济衰退与那些很少抛头露面的商业巨子们关系甚大。他们所从事的不仅是私人性的商业行为，更是与全社会相关的活动。所以《财富》有责任将企业内幕揭露出来。一直到 20 世纪 40 年代,《财富》的报道已成为一部分工商界人士的梦魇。它对于缺乏商业道德行为的揭露，赢得了公众的信赖。

不管《财富》得罪了多少企业，到了 40 年代，它已经成为企业界的一种身份象征。它开创的企业故事、考究的叙述风格与不可多得的配图，当然还有 1 美元的高额价格让那些高级管理人员非常乐意把它摆在客厅的显著位置。而对于新闻界来讲，《财富》或许是促使商业新闻觉醒的最重要力量之一，它激发了后来的竞争对手《商业周刊》（*Business Week*）与《福布斯》（*Forbes*）投入竞争的欲望。它的“深度报道”变成了后半个世纪新闻业最热门的报道形式，它对于写作技巧的追逐让商业报道更富有尊严与历史感。

当然，我们也看到了《财富》竖立的自以为是的高傲感。曾任《财富》编辑的经济学家约翰·肯尼斯·加尔布雷斯（John Kenneth Calbraith）回忆道，《财富》的真正阅读者其实并不多，读者愿意购买它，却懒得读它。这种高傲感与战后美国开始兴起的工业社会的做派不谋而合。这是一个由通用汽车、IBM、福特汽车、美国钢铁公司构成的社会，它们的等级森严，讲究权威。而《财富》在经过 20 世纪 30 年代的揭露式报道后，开始转向温和地介绍企业组织。伴随着《财富》杂志成为这些工业巨头中的一员，它的报道口气开始愈来愈像一位企业领袖。在当时的时代风气下，《财富》成为了工业社会的发言者与阐述者，企业开始如饥似渴地希望《财富》来报道它们。1955 年率先进行的“财富 500 强”的排名，与每期 48 万的发行量让它成为商业新闻世界中的奥林匹克。将近 50 年来，“财富 500 强”成为美国工业界最热门的话题。全世界的媒体都以此为重要新闻进行报道，而进入 500 强的企业更会名声大增。对于中国读者来讲，1999 在上海进行的财富论坛，让我们看到了《财富》杂志的影响力。

但傲慢的《财富》在 20 世纪 80 年代商业界发生的重要

变革中错失了机会。华尔街的交易商开创把商业变成为一种巨大的财富游戏，他们不再喜欢《财富》所尊崇的工业形态——一种严肃的昂格鲁一萨克孙式的自以为是。于是，《福布斯》与《商业周刊》的顺应潮流让《财富》陷入某种痛苦。接着，以互联网为代表的新技术革命给商业带来更加致命的变革。商业早已超越了最初的范畴，它渗透到每个角落，变成了我们的生活方式。对于我们的日常生活，首席执行官们比政治家们发挥着更大的影响。

《财富》必须响应商业变革，它正在被媒体评论家声称“每期都在与《哈佛商业评论》争夺‘谁更乏味’的桂冠”，它的发行量已经降至 41 万册。很多商业人士像做家庭作业一样去阅读它。

约翰·休伊看来是位合适的人选。这位 51 岁喜欢开玩笑的前《华尔街日报》记者在 1995 年成为《财富》的主编，他显然对于鲁斯曾经标榜的严肃商业报道原则不屑一顾。他讲道：“一些人将商业视作如在教堂里祈祷一样神圣，但我却更倾向于将它看作是热门的体育运动——就像全美橄榄球联赛。商业是性感的、充满戏剧性的，它被一些活生生的人所驱动……”为约翰·休伊的哲学作注解的是史蒂夫·乔布斯（Steve Jobs)与拉里·埃利森(Larry Ellison )这样的做秀高手，商业领袖与技术天才的确正在成为新的文化英雄。商业不再意味着只是循规蹈矩地“组织人”，而是如何自我表现。

约翰 休伊促使《财富》杂志的每一篇故事都刺激人心，像一出伟大的戏剧。它选择编辑记者时，从不去关心他们是否懂得股票市场或者商业准则，它注重的是你的写作能力是否足以打动读者。休的努力正在让《财富》恢复它往昔的活力，休会自豪地说，《财富》的发行量已经升至 78 万份，在

《广告周刊》（*Adweek*）进行的 1998 年年度最热门杂志榜中，它排在了第 7 位，远远地把《福布斯》与《商业周刊》甩在身后。而令人吃惊的是，使这份商业杂志起死回生的约翰 •休伊却对商业缺乏热情，他更衷情于将《财富》杂志办成一份无所不包的流行文化杂志，就像商业界的《君子》杂志，而约翰 • 休伊本人对于嬉皮风格的热爱也尽显无疑。

我们无法想见亨利 • 鲁斯对今天的《财富》有何感想，但这本杂志的确见证并改变了它生活时代的商业精神。过去，它与刻板的工业王国紧紧相联、相互造势，此时的商业精神遵守 19 世纪自由竞争时代的商业理念，商人们被清教理想所约束，集中精力赚钱而非抛头露面；而今天，它成了新经济的鼓吹者与新商业文化的缔造者之一，它相信放纵的风格，更相信商业已经不仅仅是专业操作，更需要个人表演能力与煽动性，商人们已经成为社会的中心与最引人瞩目的表演者，他们是约翰 • 休伊喜欢而亨利 • 鲁斯唾弃的 20 世纪 60 年代反叛精神的延续。但是，有一点却始终没有变化，那就是亨利 • 鲁斯在 70 年前的判断：“ 商业就是我们的文化，是我们时代的核心。”

# 旧日的“生活”结束了？

对于亨利·鲁斯三世来说，2000 年不是个好开端。先是在 1 月 24 日，他目睹了其父亨利·鲁斯创办的时代集团被一家只有 15 年历史的网络公司 AOL 兼并。接着在 3 月 17 日，鲁斯创办的一本具有标志意义的杂志《生活》宣布停刊。尽管《生活》主编亨利·穆勒宣称停刊的理由是“《生活》缺乏明确的市场定位，它的经营太失败，公司希望集中财力，投资在定位更明确的新杂志上”，但是悲观与怀旧的人士还是本能地将这两个事件联系起来，哀叹“旧媒体之死”。

美联社对于后一条新闻是这样描述的：“美国杂志工业失去了一个最古老而著名的名字。”对于熟悉杂志历史的人来讲，这句话绝不夸张。在 1936 年 11 月，这本用著名的红色字符“LIFE”标明的杂志出现在美国街头前，没有人会想到一本杂志竟然可以主要由摄影图片组成。创办人亨利·鲁斯把电影的视觉效果带入杂志，实现了新闻史上空前的变革与成功。而伴随着亨利·鲁斯所预言的“美国世纪”的到来，《生活》杂志几乎像好来坞电影一样成为美国人观察世界的方式的一种标志。几十年间，它充分体现了鲁斯对于该杂志的观点：“观察生活，观察世界，见证伟大的变化，目睹可怜与骄横的仪容相貌，注视奇异的存在——机器、军队、大众、丛林的树影和月亮的明暗。看看男人的工作——他的成就和发现，看看千里以外的事、藏在墙后和房间里的事、即将来临的危险、男人们所爱的女人和无数的孩子。去观察，然后

在观察中获得愉悦；去观察，然后去惊讶；去观察，然后学习观察……”

有了上述的背景，你就可以了解这本杂志的停刊为何引起如此的轰动。像全球 160 万订户一样，笔者同样热爱《生活》用精美的图片描述世界的方式，也为它的停刊惋惜。但是这个事件绝不能被简单地理解成是“旧媒体之死”。这个世界也绝不是史蒂夫·凯斯所叫嚣的“欢迎来到 Internet 世纪”。当我们顺着技术的发展线索来梳理《生活》的发展史时，这其中的真相开始不断显露出来。

《生活》的成功依赖于电影的观念。它抛弃了杂志用文字讲述世界的方式，而选择了用形象来描述世界，因此《生活》可能是人类历史上第一本准意义上的“电子杂志”。彼得·德鲁克这样评价这一点：“200 年后，有可能出现另一种描述历史的方式，‘从鲁斯的《生活》到……’，因为鲁斯的《生活》杂志不仅是旧时代的最后一个，也是新品种的第一个。”

德鲁克在做出如此评价的同时，也表明了这样一层意思：伴随着电子媒体的成熟，《生活》必将被取代。因为诸如《时代》这样以文字为主的杂志，在文字中隐藏了更多可供思考的空间。而《生活》则缺乏这样的思考空间，它更多的是提供直接的视觉刺激，这一点正是后来的电视与网络的特性。所以，《生活》是文字杂志与电视和网络之间的过渡产品。它从一开始已经为自己设定了一个尴尬的境地。所以，尽管它在前期取得了巨大的成功，但一旦当电视普及时，《生活》便开始面临危机，因为更直接与连续的画面冲击了摄影图片的魅力。

我们必须正视这个现实：《生活》在 1972 年停刊已经说

明了它在电视时代的不合时宜。你当然可以反驳道，像《国家地理》（National Geographic）这样的图片杂志不是依然生气勃勃地生存下来了吗？但事实是，《国家地理》是一本针对性极强的杂志，而《生活》则是一本更类似于新闻图片摄影的杂志。对于新闻画面的处理，人们当然更有理由选择 ABC 或者日后的 CNN。

穆勒把 1978 年《生活》的复刊理解成“更多出于怀旧而非经营的目的”是有其充分理由的。在此之后 20 年间，尽管《生活》并未亏损，但始终缺乏清晰的定位。而在这 20 年间，电视与网络等电子媒体得到了空前发展，《生活》面对这样的挑战，显然已经缺乏生气。

而穆勒所说的“出于怀旧”的复刊目的，则无意中暴露了《生活》再次停刊的另一个重要原因。1978 年，作为传统媒体的时代集团似乎还有怀旧的心情，他们像鲁斯坚持“一本杂志就是一个生命”一样，对其经营的产品深具感情。而《生活》所采取的用照相机记录历史的方式，也决定了这本杂志的性质是怀旧的。正如美国学者苏珊•桑塔格（Susan Sontag）在《论摄影》中写道的：“照片能使人们在想像中拥有缥缈的过去……摄影是挽歌式的艺术，是衰老的艺术。”事实上也正是如此。这 20 年以来，《生活》杂志把生气勃勃目击世界的任务转交给了电视，而自己则不自觉地陷入怀旧之中。

但是，怀旧却是这个网络时代所无法容忍的一种品质。互联网强调的速度，是以忽略历史感为前提的，而如果缺乏了历史感，怀旧便不可能存在。对于进入 AOL 时代的时代华纳集团来讲，它似乎已经无法容忍一本这样的杂志了。他需要把金钱投入到能够更直接产生经济效益的项目中，比如

即将创刊的《eCompany》。

当然，在自以为是地分析了这么长之后，笔者可能犯了一个低级的错误。像历史上不断涌现出的软弱的伤感主义者一样，笔者把一桩简单的事件夸张成了一个历史性的事件。可能《生活》的停刊仅仅是一件无需宣扬的商业事件，它与我们的生活无关。而互联网也并未给我们的生活带来怎样可怕的转变，旧媒体也并未消亡，《时代》不是也正要出另一个版本吗？笔者突然意识到，对整桩事件惟一应该感到痛苦的只应该是亨利 · 鲁斯三世，因为那是他父亲的杂志。但也不一定，亨利 ·鲁斯三世似乎还没有笔者表现得这么大惊小怪。

# 《大西洋月刊》 美国精神的觉醒

我们要用自己的脚走路；我们要用自己的手工作；我们要发表自己的意见。文学研究不再是一个令人怜悯、令人怀疑、或仅仅代表着放纵情感的名词……

——拉尔夫 · 爱默森( Ralph Waldo Emerson ),
美国诗人、哲学家

格鲁特 • 斯泰因小姐的客厅是 19 世纪 20 年代巴黎年轻艺术家们流连的场所。渴望成名的海明威（ Ernest Hemingway）在这里被这个像农妇般魁梧的小说家教育道：“ 你决不能写任何无法印出来的东西。那是没有意义的。那样是错误的，也是愚蠢的。 ” 而斯泰因本人希望能在《大西洋月刊》 （ *The Atlantic Monthly*）这样的杂志上发表作品，这种杂志对于海明威来讲是遥不可及的。近 70 年来，这本杂志已经成为美国文化生活中最重要的坐标。它一直在努力传达美国人的精神世界与文学品质，并渴望这种声音被更多的美国人接受，更希望它所倡导的美国文学与美国精神被欧洲人接受。

让我们回到 1837 年 8 月 31 日的美国麻省坎布里奇镇。消瘦的爱默森正在对全美大学生荣誉协会会员发表演说。这位美国精神之父讲道：“ 美国大陆的懒散智力，将要睁开它惺松的眼睛，去满足全世界对它多年的期望——美国人并非只能在机械技术方面有所成就，他们还应该有更好的东西奉献人类……在我们周围，有成百上千的青年正在走向生活，他

们不能老是依靠外国学识的残余来获得营养……我们倾听欧洲雅典艺术女神的声音，已经为时过久。人们已经怀疑，美国自由人的精神是否是胆怯、摹仿或驯服的代名词……我们要用自己的脚走路；我们要用自己的手工作；我们要发表自己的意见。文学研究不再是一个令人怜悯、令人怀疑、或仅仅代表着放纵情感的名词……”为爱默森的讲演作注解的是，自 1783 年美国建国以来，美国就缺乏自己的文学家与艺术家，美国公众的精神生活完全依靠于阅读英国作品。

20 年后，爱默森、洛威尔、朗费罗、霍姆斯等一批新英格兰思想家聚集在波士顿帕克旅馆中。这是一个阳光充足的 4 月的午后，这些全美最智慧的人在商讨出版一本改变美国文化的杂志。这本杂志的主旨早在 1837 年爱默森的讲演中已表露无疑——去定义与创造一种独特的美国声音，注明美国在世界文化中的位置，提升出某种“美国理念”。这是一次长达 4.5 小时的讨论，我充满愉悦地幻想着背负着强烈使命感的老绅士们的神态，他们在迫切与激情中，选择了《大西洋月刊》作为刊名，而散文作家洛威尔（James Russell Lowell）成为了第一任主编。第二天，一位参与者在致朋友的信中这样写道：“这是我一生中最富智性的时刻。”

1857 年 11 月，第一期《大西洋月刊》出版，它称自己为“一本有关文学、政治、科学与艺术的杂志”。它在创刊宣言中这样写道：“在政治领域，《大西洋月刊》将坚持无党派、无偏见原则，但不管如何，人们都将确信它是美国理想的代言人。它会坦率地同任何人物与党派接触，但其观点会超越狭隘的党派与个人偏见。这种态度将是真理与持久繁荣的根本。它拒绝将自己置于任何派系中，但它将永远会与拥戴自由、国家进步、荣誉的人在一起。”这一年，铁路还没有贯彻

美国，但人们知道这一天即将到来；达尔文的《物种起源》2年之后才发表；那个叫林肯的总统4年之后才上台；但有一点确凿无疑，越来越多的人移民至美国，以寻求自由、尊严，还有财富。

洛威尔成功地使这本新生杂志成为成名作家与年轻作者的共同舞台。两年内，它的发行量超过了3万份。最初，这本杂志记录了梭罗、霍桑、爱默森等人的创作，接着它成了马克·吐温（Mark Twain）、亨利·詹姆斯（Henry James）最初发表小说的刊物；20世纪初，它发表了伍德罗·威尔逊（Woodrow Wilson）与西奥多·罗斯福（Theodore Roosevelt）的重要政治论文；60年代，马丁·路德·金（Martin Luther King）给它寄去“伯明翰监狱来信”的手稿……爱默森渴望见到一个具有独立精神的美国，它的理念以文学为基础，却早已超越了文学。所以，你可以看到《大西洋月刊》的编辑们的兴趣是多么广泛。南北战争期间，它强烈地支持废奴主义，并开创了用艺术化手法处理战争报道的先河。马克·吐温宣称自己愿意为它写作一些滑稽故事，因为只有这里的编辑才不把滑稽理解成拿大顶。进入20世纪,《大西洋月刊》在强烈地关注政治与文化的同时，对于新兴的技术思想也同样抱有浓厚的兴趣。二战后，它发表了探讨原子能技术的文章，同时它也是最早对人工智能予以评介的杂志。

今天的《大西洋月刊》已经成为美国最受尊敬的杂志。它的发行量达到了47万份,每期有120万人在阅读,它是‘美国国家杂志奖”无法错漏的名字。而伴随着《大西洋月刊》的成长，美国文化与美国理想不但已经觉醒，甚至要成为一种霸权。150年前，爱默森仅仅希望美国人能够摆脱欧洲文化的压抑，而今天，是法国人在义愤填膺地抵制美国文化。

我们可以宣称好莱坞电影低级，但却必须承认林肯艺术中心代表了世界最高级的文化。从海明威、菲茨杰拉德出现起，美国文学就已经不再是荒漠。爱默森与今天的美国人应该同样相信，《大西洋月刊》在其中起到了一定的作用。

今天的世界比起 150 年前已经庞杂得多，《大西洋月刊》所需要关注的问题呈爆炸性的增长。但是，有一点它似乎一直在努力坚持——对于任何事物采取一种超然的、充满智力性的、幽默的、有艺术感的态度。

其现任执行编辑加伦 · 默非说道“：《大西洋月刊》的报道不但涉及宗教，而且要用自己的语言来解释宗教；它对于社会与政治问题的看法超越了宗教组织，而是置于有关信仰与信念的更大主题之上。从第一期起，它就建立了某种特别的幽默感。”这位编辑认为，在信息如此泛滥的今天，《大西洋月刊》在美国人的生活中应该充当这样的角色：

首先，《大西洋月刊》责任之一即为公众提供关于这个国家各个层面的、深思熟虑的看法与观点；同时它还要记录美国之外的事件；将那些遮遮掩掩、不为人知的大事揭示给应该了解这一切的小人物；从智性的角度去报道诸如婚姻、道德以及思想方面的重大事件，而非仅将其视作“新闻”；回避“乐队花车”般的热闹场景，把作者得出的结论传达给那些需要对其了解的人。

美感是《大西洋月刊》的第二个目的。然而，对更高贵、更完美生活的追求并不一定是实用的，但很多这样的追求却具有“人之为人”的意义。《大西洋月刊》之所以重要，是因为它孕育了文学和精神的种子。对于众多的小说作者与诗人而言，这样的杂志就是他们从无名小卒到鼎鼎大名之间的中转站。

那么，第三个目的呢？《大西洋月刊》在某种程度上是美国的餐桌。真正喜欢这本杂志的人，是政治、商业与文化领域的精英们，他们只是美国的“小众”。这本杂志肯定忽略了世界上的很多事件，但是它在某些方面还是极具价值的。美国社会越来越巨大与专业化，为科学家、政治家、商人、作家、军人、教士、学者所留的空间愈来愈少。但在这本杂志中，无论你是共和党还是民主党、是黑人还是白人、是有信仰者还是无神论者，都可以听到其他人在说些什么。

最后，《大西洋月刊》还有一个与通才教育类似的目的。这种目的很难细致地被描述，而且见效也似乎相当缓慢。有人这样评论通才教育：它即便一无是处，至少也可以让你成为自己最好的朋友。对于一本杂志来讲，这种目的实在有点是奢望，不过仔细一想，一本杂志难道不该这样？

对于加伦·默非对杂志的期望，除了尊敬以外，我们还能有什么别的情感？1999 年底，迈克·凯利成为《大西洋月刊》的第 11 任总编辑。尽管这位编辑天才对于目前的杂志状况不够满意，认为它对事件的反应缓慢而陈旧。然后，他希望自己能够让这份杂志更加鲜活起来，因为将近 150 年的历史让它有点沉重，他要让杂志进入互联网时代。但是，有一点，他比谁都清楚，这份杂志所带有的特殊使命感与优雅的态度，是无可改变的。

而对于中国读者来讲，一个细节或许会拉近我们与《大西洋月刊》的距离。在它的编辑部里张贴着一封特殊的读者来信——中国订户宋美龄因为抗战原因，随国民党政府从南京迁至重庆，所以特致信要求将杂志邮寄至新地址。

# 简·温纳与他的《滚石》

你们说渴望着一场革命
你们很清楚
咱们都渴望改变世界
你们告诉我那就是进化
你们很清楚
咱们都渴望改变世界

——约翰·列侬（John Lennon），《革命》

那是什么感觉？那是什么感觉？全靠你自己，没有家的方向，像一块滚石。

——鲍勃·迪伦（Bob Dylan），《像一块滚石》

CNN创始人泰德·特纳（Ted Turner）在60岁生日之后依然在想自己长大之后该做些什么，具有同样想法的肯定还有斯蒂文·斯皮尔伯格（Steven Spielberg）、比尔·克林顿（Bill Clinton）。这些聪颖非凡者将世界视作是一个大游乐场，自己则是彼得·潘（在欧美国家，他象征着永无尽止的游乐、永恒的童年）。婴儿潮一代的代表人物们在充满喧嚣、混乱与激情的时代度过青春，60年代的浪漫情结顽固地浸入他们的血液中。成年之后，他们仍固执地按自己的规则行事，最大限度地拒绝成熟社会的压力。

肯尼迪总统的朝气、披头士的抒情、对于越战的厌恶、

避孕药带来的自由主宰了 20 世纪 60 年代的美国。这种迅速蔓延到世界各地的青春式的激昂感染了几代人的成长，从而使 20 世纪 60 年代成为现代史上最深刻的变革时期——政治、经济、文化、生活方式自此都偏离了原来的轨道。艾森豪威尔时代的美国人无法相信，40 年后他们的总统会可爱到在白宫发生那样的事情。这种演变仿若 1789 年法国大革命给当时的欧洲所带来的影响。

漂亮的肯尼迪夫妇让白宫前所未有地明亮，全美国人都相信年轻的总统可以给他们带来光明未来。过了十多年平静生活的美国新一代们，在经历了艾尔维斯 • 普莱斯里（Elvis Presley，猫王）扭动的屁股的挑逗后，终于按捺不住激情了。四个可爱地英国小伙子也来了，《让我握握你的手》是我们时代的伟大抒情诗，像 200 年前英国诗人华滋华斯（William Wordworth）的诗一样伟大。越战给了这些一直试图叛逆的青年们一个借口，他们说这个国家机器不顾人民的死活，现在到了该让他们停下来的时候了。他们借助游行与学生运动来直接抗议，也会通过嬉皮风范所塑造的乌托邦来获得满足。

有无数事物可以作为美国 20 世纪 60 年代的标志，性、柏克莱、越南、马尔库塞、LSD……但其中最没有争议的标志肯定是摇滚乐。正如美国文艺评论家莫里斯 • 迪克斯坦（Morris Dickstein）在《伊甸园之门》中所写的“摇滚乐是 20 世纪 60 年代的集团宗教——不仅是音乐和语言，而且也是舞蹈、性和毒品的枢纽，所有这一切集合而成一个单独的自我表现和精神旅行的仪式。”

简 • 温纳（Jann Wenner）肯定也是这样认为的。今天的他已经站立在婴儿潮一代的领袖群中，与克林顿、斯皮尔伯格一样拒绝长大，一样依然如饥似渴地改变世界。 1967 年，

这个21岁的加州大学的小伙子被这种摇滚乐情绪感染着，他决定退学来创办一本报道音乐及音乐所包容的事件与态度的杂志。他敏锐地意识到，一个前所未有的时代已经来临，而音乐将是这个时代最震撼人心的标志。他迷恋的偶像——鲍勃·迪伦、约翰·列侬，还有滚石乐队，才是像拿破仑或者拜伦一样值得尊崇的新时代英雄。

简·温纳非常清楚自己是多么渴望成为他的崇拜者中的一员，他渴望生活在别人的议论与目光中，他的血管中的脉冲的确像米克·贾格尔（Mick Jagger，“滚石”乐队主唱）的尖叫一样缺乏规则，他对于暗淡无光的生活心怀怨恨。他在21年的生命历程中屡受挫折，父母感情的破裂、亲情的淡漠给他带来了严重的挫折感。创办杂志这一举动或许有助于实现自己的野心，当然，他当时的确想不到几年后他真的与这些大明星们站到了一起。今天，在简·温纳的纽约办公室内，摆满了他与迪伦、列侬、贾格尔，甚至与美国前国务卿奥尔布莱特的照片。在当时充满浪漫与激情的旧金山的一座印刷厂的阁楼中（与《时代》的创始人一样，他们都不得不选择了库房），贫穷而才华横溢的、极度渴望成名的的简 温纳和与他同样年轻的同事们一起，在争吵与没日没夜的苦干中完成了第一期杂志，并将它取名为《滚石》（这个名字或许来自鲍勃·迪伦的歌曲《像一块滚石》）。

尽管30年后骄傲的简·温纳会自我吹嘘说，《滚石》（*Rolling Stone*）在推出第一期后即收到了良好的反馈。但是1967年的旧金山的确充斥着一些音乐小报，简·温纳的惊世才华不可能在如此简陋的环境中迅速表露出来。第一期《滚石》的印量是4万册，封面是温纳最喜欢的列侬，发行是通过他率领各编辑亲手散发到报刊厅完成的。但是其中的

34000 份没卖出去，被退了回来。不过处于狂热状态的温纳是不会在意这种小小的挫折的，况且他在新闻业中的才华并不比列侬在摇滚乐中的表现逊色。温纳一反当时旧金山音乐小报混乱与杂乱的常态，大胆地选用经典、高雅、清晰的设计风格，并且将新闻写作的要求推向一个极致。在这种举动的背后，是他坚持的“摇滚乐与其他政治事件同样重要，摇滚明星是新时代的表征”的信念，他的杂志正是要为这个新时代提供证明与方向。简•温纳在后来回忆道：“我具有一种将事物清晰化与条理化的直觉，了解设计与风格的呈现方式。当时的地下报纸对我毫无吸引力。”对于规范的传统新闻业更具兴趣的温纳，要求他的作者无论是在多么激情和混乱的状况下完成稿件，也要表达清晰。

他是一个暴君式的主宰者。在旧金山那间空旷的印刷厂阁楼中，脾气暴躁、因为过于年轻而荷尔蒙分泌过剩的温纳，指挥着一群同样年轻与脾气暴躁的作家和摄影师们——一群与温纳同样渴望成名的年轻人。温纳的煽动能力惊人，他知道如何让这些小伙子们热血沸腾，他常常会在截稿前逼迫已经精疲力竭的作者再次改动，因为他的直觉告诉他这样做会更富冲击力。温纳的这种天分是《滚石》成功的重要原因之一。在《滚石》工作过的每一位作家、摄影师、设计师都会告诉你关于简•温纳的一些传奇，比如他会在面试时问对方“你使用迷幻药吗”之类的问题。同时，他具有冷血式的残酷与莫名其妙的热情。他会在同一天解雇并再次雇佣同一位员工，一些人乐于在他背后称之为“公民温纳”；他也会在下属重病时提供一张面额惊人的支票（当然，这是 20 世纪 80 年代以后的事情了)。

在 20 世纪 60 年代末、70 年代初，2 万字的稿件篇幅是

惊人的。但温纳认为只有这样的深入报道才能够全面而真实地表现那些新时代的英雄们。1970年推出的简·温纳对于列侬的长篇访问，是摇滚乐史与新闻史上最惊人而深入的专访之一，而《滚石》的图片选择或许是摄影新闻业自《生活》杂志创办以来最重要的突破。1968年,《滚石》选择了约翰·列侬与大野洋子手拉手裸体背对镜头的照片作为封面，这引起了全国性轰动。其长期的首席摄影师安妮·莱布维兹(Annie Leiboviz)更是摄影史上罕有的人才。

温纳最初宣称，该杂志除了报道音乐以外，它更强烈关注音乐所包容的事件与态度。从20世纪70年代初开始，温纳开始更鲜明地关注政治与社会事件。美国当代史中无法忽略的名字汤姆·伍尔夫(Tom Wolfe)、亨特·汤普森(Hunter S.Thompson)就是在《滚石》开始他们的“新新闻写作”的探索的。亨特 汤普森以摇滚乐的节奏感对1972年美国大选的报道今天依然震撼人心，其作品《在拉斯维加斯的恐惧与厌恶》则是美国政治写作中的最惊人之笔，今天已经引人争论。而按照小说笔法来报道新闻的“新新闻写作”在新闻史上不但是对《纽约时报》、《时代》等传统新闻媒体所推崇的史料手法的一次背叛，更是美国文学史上的一次重要尝试。《滚石》尽管并非始作俑者，只是由于这两人的存在而扮演了更加令人眩目的角色。

到了20世纪70年代中期,《滚石》已经进入了全国主要杂志的行列。《滚石》地位的攀升不仅是因为其杂志的版权页上出现了诸如乔·克雷恩（现《纽约客》政治报道记者）、汤姆·海登(Tom Hayden)、霍华德·库恩等一长串令人惊叹的美国杰出记者、作家与摄影师的名字，也不仅是因为它对于列侬、美国大选以及各类社会问题的深刻挖掘与探索，更

深层次的原因是因为简·温纳所推崇与引领的音乐潮流已经成为美国主流生活的一部分，甚至可以说整个美国已经摇滚乐化了。你可以想像傲慢的《纽约时报》都开始报道摇滚乐的情景吗？

罗伯特·德瑞普（Robert Draper）在其著作《滚石杂志：未经删改的历史》中写道“从1970年到1977年，在美国没有另一家杂志像简·温纳所称的‘来自旧金山的摇滚小报’（指《滚石》）那样诚实和富有想像力。”纽约的《村声》杂志（Village Voice）评论道，如果你在70年代是个新潮的白人男孩，《滚石》很可能是你最重要的信息渠道，婴儿潮那一代的各种文化标签——青年文化、摇滚文化、嬉皮文化、抗议文化，都是《滚石》的一部分。

1977年，简·温纳决定将《滚石》迁往纽约。尽管20年后，温纳仍然坚持旧金山是最理想的工作场所，但他清楚，1977年的美国已经不再那么风行他热爱的嬉皮作风，摇滚乐也不再是反叛的象征了，摇滚歌星已然是商业电视台上的新明星了。而《滚石》经过了10年的高速发展，强烈的危机感已经出现。简·温纳的冷酷与多变，令那些杰出的记者与作家们一旦成名便迅速离开。况且，这些更适合于60年代风格的记者们似乎有点被时代甩下了，而《滚石》则永远需要它的作者深切地了解16岁的少年到底喜欢什么。10年前的《滚石》，大家都年轻，都拼命地拒绝成长，但到了1977年，除了简·温纳，他们都长大了。简·温纳希望看到改变。况且，对于温纳这样的张扬分子，纽约是真正的媒体中心，在那里他可以得到更多的财富与更响亮的名声。

为数众多的批评者将1977年视作是《滚石》衰落的开端，纽约的商业气息迅速冲淡了这本杂志的革命性与思想性。一

位摄影师发现，当他从纽约的《滚石》办公室出来后，门口大量记者会追问：“你一年的收入是多少？你有什么样的音响？你花多少钱在衣服与食品上？你开什么车？”没有人问及毒品、政府、社团等问题。这些厌恶商业的家伙们惊奇地发现，自己已经成为主流媒体。

简·温纳对于这一切当然满意。坐在那间宽阔、空旷、极富品位的办公室内，这位最初的穷小子体验着功成名就的满足感，那些晋见者需要穿过一条似乎没有尽头的长廊才能进入他的房间。他已经是纽约最知名的新闻人物之一了，他身上依然带有的强烈嬉皮味道加强了他的戏剧感。他身边永远簇拥着的那些大明星、他对于服饰的追求是当地报纸谣言专栏的永远的品评对象。

《滚石》是简·温纳的孩子，那些才华横溢的记者们不过是帮助它成长罢了，它过去是也永远只会是简·温纳性格的产物。温纳曾经用这本杂志完成了他接近那些大明星的愿望，而现在，他已经与明星们成为了一家人，简·温纳像个孩子迷恋朋友一样坚持与他们并肩作战。这样你就可以了解温纳在列侬被刺那天所表现出来的悲痛，他与其他歌迷一样在大雨中哭泣，并在纪念列侬专号付印前，在杂志下面加入一句话——约翰，我爱你，我想念你，你将与上帝同在……

当一本杂志与他报道的对象成为一家人时，它的报道能力自然引起怀疑。越来越多的媒体观察者和那些曾经的老员工们认为,《滚石》失去了它最初的反文化精神,变成了像《娱乐周刊》一样的大陆货。

当年的革命者简·温纳在面临这样的问题时总是十分尴尬。他常常回答道，这是那些被杂志解雇的人的说法，说杂志已经变形显然是种酸葡萄的说法。毕竟这是资本主义，我

们每个人都希望挣到钱。

这种辩解显得很脆弱，让简 · 温纳更加偏离了原来《滚石》的风格。70 年代杰出的杂志工作者，大卫 菲顿说：“时代真的变了。过去与简打交道时，我们是伙伴、是朋友，彼此平等。但今天的简已经成功了，长大了，不想与任何事情战斗了。”大卫认为，在温纳的眼中，革命结束了，《滚石》现在是生意了。由利润与荣耀而非创业的激情主宰的杂志已经失去了生气。在这位老员工看来，今天的《滚石》每期只有一篇文章有资格进入 70 年代的《滚石》杂志。它的写作水平已经下降，曾经对于社会的批判的讥讽态度已经消失了。如今在《滚石》的封面上露面的是辣妹这样的浅薄女孩，而不是最初的那些音乐大师们。

对于这一点，简 · 温纳将责任推给了社会的变迁不无道理：“70 年代的反文化已经变成了一种今天的主流文化。30 年前的《滚石》，诞生于一个什么人都在反抗的社会。今天呢？孩子们已经非常自由，他们不知道该反抗什么，摇滚乐也成为每个商业电视台的节目。《滚石》或许遗憾地失去了最初的旁观者角色，但从另一个角度讲，也有越来越多的人开始听到我们最初所倡导的东西了……”

1998 年 5 月，《滚石》杂志在 ABC 电视台播出 30 周年纪念专题《我们在哪里：滚石国情咨文》，从流行音乐、个人、社区、宗教、情感、工作、金钱、政治等各个角度探讨普通美国人所关心的话题。借助‘国情咨文’这样的名头，《滚石》试图向美国人说明这本杂志对于美国历史与整整一代人的深远影响。但显然，越来越多的人对于《滚石》声称自己仍然是“全美流行音乐及相关文化杂志”的说法不理不睬。

在 MTV 电视台和各个重要媒体音乐评论的包围下，《滚

石》显然已经失去了生气。它最初的独特声音必然因为失去独特而衰老。尽管现在的员工声称《滚石》的办公室比其他主要杂志媒体的办公室更少虚伪之气，更具有年轻人的特点，但是一个不争的事实是，今天的《滚石》读者的平均年龄为 27 岁，对于一份青年杂志来讲，这有点老了。

简·温纳的反叛激情与那个时代同样过去了。剩下的是他依然强烈的对于声名与财富的追逐。其实，他一直就是一位精明的商人，只是在年轻时他对于报道的激情战胜了对财富的热情。那时候他一无所有，可以凭借冲动与直觉行事。但是现在,他不但拥有了《滚石》,还购买了娱乐杂志《美国》，创办了成功的男性杂志《Men's Journal》。他已经进入美国媒体巨头的行列，温纳媒体集团涉及杂志、图书出版与电视业。而且，他已经 53 岁了。他回忆道：“那时候，编辑思想是极其开放的，我们必须保持天真、冒险和与众不同的欲望。只有这样，世界才为你打开。在富有之后，我们需要一点职业化，需要成熟起来。但这太困难，我们都年轻，我不过二十一二岁。大家都拒绝成熟。”而现在，他已经逐渐成熟了，尽管他依然在拒绝。

2000 年底，简·温纳在采访列侬 30 年后再次采访了即将离职的克林顿。简常常抱怨，这个时代已经很少有英雄了，而克林顿是他依然衷心热爱的人物之一。他们似乎有许多共同点——年龄相仿，都拒绝长大，都异常聪明，或者利用政治、或者利用媒体共同为美国文化注入了 60 年代的摇滚精神。

时代精神（zeitgeist），这是人们对于简·温纳的最常用称谓。他的最初崇拜者都已经淡去，他几乎成了惟一的依然活跃的见证者。但这个迷人的称谓也宣判了简·温纳的必然

没落。不管他的媒体事业多么成功，他都不再是时代的引领者，人们心目中的温纳在 70 年代过后已经死去，留下的是有年轻漂亮的男朋友的媒体巨头的形象。三个例证残酷无情地说明了温纳对于时代已经失去敏感的嗅觉。 20 世纪 80 年代初，当有人说服他投资刚刚出现的 MTV 时，他毫无兴趣；90 年代初，像他当年一样年轻的马克・安德森（Marc Andreessen）在向他说明万维网的巨大前景时，他不愿意花一分钱，几年后，上市的网景公司让马克・安德森的个人资产迅速超过了简・温纳；稍后，他同样错过了《连线》杂志的投资机会，他根本没有意识到网络正在像当初的摇滚乐一样在改变着世界的精神面貌……

对于简・温纳的指责略显苛刻。不管你怎样拒绝成熟，你终究逐渐失去激情与锐利，但人们会因为你在最激情与敏锐时的成就而对你心存感激与敬畏。历史在回顾 1967 年时，会提到很多重要而有趣的事件。比如加布里埃尔・加西亚・马尔克斯在这一年出版了《百年孤独》，马尔克斯认为这本书的开头“多年以后，奥雷连诺上校站在行刑队前准会想起父亲带他去参观冰块的那个遥远的下午”是 20 世纪小说里最不凡的开头；这一年人们在电影院里看到了《毕业生》，迷惘的青年本杰明与父母辈的罗宾逊太太躺在了一张床上；在世界陷入如此混乱与分裂的 1967 年，美国物理学家温柏格（Steven Weinberg）提出了统一场论，试图用一种理论将宇宙进行全盘解释；历史还记载到 1967 年的夏天，嬉皮士们提出了“要做爱，不要作战”的动人口号，旧金山的海特—阿特伯雷是他们最著名的集中地，成千上万的“鼓吹爱情、和平和美好的佩花嬉皮士”们在此活动；历史还会记住——这一次会让简・温纳手舞足蹈——一本叫做《滚石》的杂志也在旧金山

**诞生了，它很可能是 20 世纪下半个世纪最重要的出版物之一，它几乎承载了整整一代人的理想与信仰、愤怒与欢乐，它见证并间接创造了一个新“国家”，这个国家的国民的共同信仰就是摇滚乐与摇滚精神。**

# 编辑的激情：哈罗德·海斯与 60 年代的《君子》杂志

《君子》杂志正处在这骚动的年代里，而有哈罗德·海斯作我的伙伴，使我真是喜欢 60 年代的每一刻。每个月都会有一些新表现，造成新旋风。

——乔治·路易斯(George Lois)，《蔚蓝诡计》

“广告是打破成规的艺术,而非建立定律的科学。”在麦迪逊大道上横行的乔治·路易斯（George Lois）代表了 20 世纪 60 年代的创意者对严谨的大卫·奥格威式广告的背叛。人们对于 20 世纪 50 年代循规蹈矩的中产阶级审美观念已经腻透了，每一个领域都试图在利用“革命”这样的情绪消解沉闷。

克雷·费尔克（Clay Felker）与哈罗德·海斯（Harold Hayes）是杂志领域的乔治·路易斯。他们似乎不太理会威廉·肖恩控制下的《纽约客》的高调作风，他们渴望摆脱超然物外的编辑形象，成为烦躁的 60 年代各种风潮的参与者与引导者。

前者是当时《纽约先驱论坛报》（*New York Herald*）周日版的编辑，在该报破产后，他单枪匹马找来几百万美元的投资，买下周日版，改造成赫赫有名的《纽约》杂志，随后又购买了另类杂志《村声》，成为纽约地区最重要的文化言论阵地。

而后者于 1961 年以 24 岁的年龄进入《君子》(Esquire)杂志后，将 60 年代的一切活动一股脑地塞进了这本男性刊物。除了传统中的靓女、美酒、优秀小说外，《君子》更成为“新新闻”、新型封面设计、嬉皮式报道风格的开创者。假若我们用“使命感”来形容鲁斯的《时代》，用“严肃”来形容威廉·肖恩的《纽约客》，用“厚颜无耻”之于休·海夫纳(Hugh Hefner)的《花花公子》(*Playboy*)，那么对于哈罗德·海斯指导下的《君子》，匹配的词语一定是“好玩”。

在印第安纳大学教授新闻学的卡罗·泼斯格鲁在访问了 50 几个当事人、阅读了大量原始资料之后，写著了这本名字冗长却趣味横生的著作——《它并不优雅，但是，它难道不好玩吗：六十年代的君了杂志》。

乔治·路易斯将海斯形容成马克·吐温式的人物——喜欢穿白西装，常常摇晃着一根长长的雪茄，拥有一双桥牌高手似的眼睛。这位天才编辑，在高中时就创办了一份获奖学生杂志。

在海斯进入这本杂志前，在创办编辑金瑞奇(Ginrich)的文学志趣的引导下，以男性时尚为宗旨的《君子》杂志曾发表过菲茨杰拉德、海明威等名家小说，在文学领域具有一定的号召力。但 60 年代丰富而无序的社会风向则让这本老式杂志显得迟钝不堪。

哈罗德·海斯注定是喧闹氛围的楷模编辑，他生气勃勃，无所不包甚至略显低级的品位给《君子》杂志带来了与 60 年代气氛配合得天衣无缝的风格。像所有伟大的编辑一样，海斯在人才选择上具有惊人的天赋，并赋予选择对象绝对的自主权。

在广告界以胆大妄为而著称的乔治·路易斯成为杂志的

封面指导。黑人拳击家、印第安土著居民、尼克松的那张脸，还有安迪·沃霍（Andy Warhol）的坎贝尔汤罐这些60年代最经典的标志皆被大胆而夸张地用于《君子》的封面。面对“种族主义者”这样的指责，海斯毫不妥协地同路易斯并肩作战。路易斯曾选用惊世骇俗的黑脸圣诞老人作为封面，此举激怒了广告客户，使《君子》直接损失了75万美元的广告费。但海斯多年后仍然坚持说，倘若没有路易斯，《君子》就不是《君子》了。1991年,《印刷》（*Print*）杂志回顾道，乔治·路易斯为《君子》设计的92个封面确实是有史以来最令人难忘的杂志封面。

1963年，一位名叫汤姆·伍尔夫(Tom Wolfe)的年轻人来到杂志求职。海斯给他的第一个任务是以特制汽车为题写一篇长稿子。这个耶鲁大学毕业生跑到加利福尼亚花了数周时间研究这个问题，但是到了该交稿的时候，他却一个字也写不出来。他只好用了整整一夜的时间，弄出了一份长达49页的意识流式的备忘录交差。海斯的《君子》杂志在为这篇稿件取了一个“桔片样的糖果色流线型娃娃”的标题后几乎全文照登。这篇文章开创了影响一时的“新新闻写作”时代，汤姆·伍尔夫及后来《滚石》的亨特·汤普森（Hunter S.Thompson）让依靠这种半小说、半报道式风格写作的作者跻身于美国当代杰出作家之列。而《君子》则让自己成为新闻业中开风气之先的媒体。在海斯时代，《君子》杂志撰稿人的名单上是一串儿性格怪异、写作标新立异的作家：诺曼·梅勒（Norman Mailer，美国犹太裔作家）、杜鲁门·卡波特（Truman Capote，美国作家）、詹姆斯·鲍德温（James Baldwin,美国黑人作家)、嘉·泰勒斯……

为了寻求创新，海斯派遣一位编辑陪同“垮掉派”诗人

艾伦 · 金斯堡（Allen Ginberg）去印度做报道。而他自己则飞到巴黎试图说服萨缪尔 · 贝克特（Samuel Beckett，法国荒诞派戏剧的代表作家）为杂志撰稿。1968 年，他成功地让另一位“垮掉派”作家威廉 · 伯罗斯（William Burroughs）为《君子》报道年度美国大选。在伯罗斯发回的杂乱无章的稿件中，《君子》杂志老板金瑞奇批注道，他只能看得懂第 6、7、9、13、15、17、19、22、24,、27、29 和 31 段。不过，他没有任何反对意见，只要其他编辑能看懂剩余的段落。在海斯时代，《君子》杂志编辑的野心被无限地扩张出来，他们甚至要远在法国的戴高乐为杂志撰写有关“荣誉”的命题文章。当然，编辑们都没指望回复。结果法国英雄同意了。

金瑞奇代表的董事会利益似乎对于哈罗德 · 海斯肆无忌惮的编辑风格进行了最大限度的容忍。他们眼睁睁地看着这个花样百出的编辑的确将《君子》变成了 60 年代的风向标。尽管汤姆 · 伍尔夫与威廉 · 伯罗斯的文章不忍卒读，乔治 · 路易斯的封面过于夸张，但是他们实在受年轻人的欢迎。1967 年，《君子》杂志发行量突破 100 万份，赢利 340 万美元。

60 年代万事都在探求变革。就像诺曼 · 梅勒们妄想推翻海明威那一套一样，《君子》杂志试图传达出由摇滚乐、学生运动、性混乱构建的 60 年代美国情境。海斯时代的《君子》仍旧是一本男性杂志，他的杰出之处在于他最大限度地了解了男性的定义。男性不仅仅关心《时代》报道的全球政治事件、《华尔街日报》的商业新闻，以及《花花公子》中的纵情声色、《GQ》强调的男性服装与香水，当然也不仅仅是在摇滚乐中的狂躁……在海斯看来，一个标准的男人对这些事物全都充满兴趣，他编辑下的《君子》杂志正是这纷乱的男性

世界的综合评介。当然 60 年代的男人喜欢让自己显得有挑衅性,于是海斯让《君子》也表现出一副傲慢的德性。哈罗德 ·海斯最试图表达的不是单纯的文字或者图片的力量，他更试图通过《君子》表现出一种鲜明的性格与主张，这种姿态比单纯的编辑能力更富吸引力。

到了 1973 年，喧闹、狂欢的 60 年代彻底过去了，而我们的哈罗德 ·海斯似乎也失去了他充满激情与创意的编辑风格，董事会对于他逐渐失去兴趣。在他希望成为发行人与总编辑的双重身份被拒绝后，他愤然辞职。之后的岁月，在做过电视、短暂地编辑过杂志后，他于 1989 年死于脑瘤，终年 62 岁。

时至今日，在提及伟大编辑这样的名单时，哈罗德 ·海斯毫无愧色地与威廉 · 肖恩、蒂娜 ·布朗、格伦沃德、简 ·温纳、刘易斯 · 莱普汉姆比肩而立。就像巴顿将军只适合生存于战争期间一样，哈罗德 ·海斯的杰出才华只有在混乱的年代才能得以充分表现。这一点，正如《哥伦比亚新闻评论》（*Columbia Journalism Review*）对 60 年代的《君子》杂志的评价：与哈罗德 ·海斯一起的疯狂日子。

一个笑话有力地证明了海斯性格上的偏执。为《君子》撰写超过 40 篇文章的托玛斯 ·B ·摩根曾去找海斯，要求将稿费从 1350 美元提高至 1500 美元。我们的编辑说，只有诺曼 梅勒的稿费是 1500 美元，而他是该得诺贝尔奖的人。摩根抗议道，《名利场》等杂志都付出了更多的报酬。海斯对此一板一眼地回答道：“当我死后下葬，在即将被盖上棺材盖的瞬间，我最后一句话仍是，摩根值 1350 美元，梅勒值 1500 美元。”

这种强烈的姿态感似乎正印证了哈罗德 ·海斯的名言。

**他声称，杰出的编辑并非只是选择优秀的稿件，他更能传达一种主张。是的，海斯的主张从来都鲜明而坚定，于是他在标榜主张与激情的 60 年代大获全胜，而在接下来的、相对平庸的七八十年代步履维艰。**

# 《福布斯》资本家的利器

在我祖父尝试真正去创办一份报道人物的杂志之前，商业报道只是一堆枯燥的数字而已，媒体很少会注意数字背后的人物。

——蒂姆西 · 福布斯（Timothy C. Forbes），
福布斯公司现任首席执行官

从 1964 年接手《福布斯》开始，马尔康姆 · 福布斯（Malcolm S.Forbes）就渴望把声誉卓著的《财富》杂志压在身下，这种渴望好比拉里 · 埃利森对比尔 · 盖茨的特殊情感。

马尔康姆的父亲柏蒂 · 福布斯于 1917 年创办了《福布斯》杂志。之前他是纽约《商业日报》（*Business Week*）的记者，因其报道善于加入人性化的描写而声誉鹊起。《福布斯》杂志从一开始就带有了鲜明的福布斯家族色彩——强烈的挑衅性。柏蒂在第一期杂志就批评了当时著名的古尔德家族企业。这位相信“写作可以带来财富”的爱尔兰移民有一个著名的报道公式：小心求证，刺中要害，生动地刻画出报道对象的外表或个性特征，再加上一两个生活小故事，让读者看清事实真相。

马尔康姆似乎生来就精力过剩，渴望成为人群中的焦点。高中时他创办批评校方的学生报纸，成年后又渴望进入政界，曾参与 1957 年美国新泽西州州长竞选。失败的政治经历让他

重回《福布斯》杂志。虽然已有近 50 年历史，此时的《福布斯》除了在辱骂企业方面颇有特色外，似乎乏善可陈。人们并不习惯将之视作是严肃的财经杂志，它只是介于《财富》与《商业周刊》之间的侏儒。

马尔康姆除了加强报道能力、抛弃小报风格之外，开始将一种新精神注入《福布斯》。

这个语不惊人死不休的家伙选择了 20 世纪 60 年代最流行的‘故作姿态’。该杂志在 1965年推出广告词——福布斯：资本家的利器。此时，正是全美学生都起来反抗“万恶的资本主义”之时。一年后，《福布斯》在广告文案中继续写道：“如果贵公司的会议室与精神病房还有段距离的话，《福布斯》建议你不妨试试‘出轨’的点子。”当嬉皮精神与反文化潮流席卷世界时，马尔康姆令《福布斯》杂志与资本主义同样玩世不恭，与摇滚乐手和 LSD 一样酷。

到了 1967 年，在该杂志 50 周年庆典时，马尔康姆遍请名流，《福布斯》杂志一副资本主义代言人的模样。

到了 1972 年，《福布斯》的发行量高达 62.5 万份，首次超过《财富》。一年后，志得意满的马尔康姆·福布斯创下了热气球横跨美国的记录。他要让那些对商业新闻没兴趣的人也记住《福布斯》的名字。

到了里根时代的 20 世纪 80 年代，野心勃勃的浮华世界成了每个人追逐的对象，《福布斯》也成了这个时代当之无愧的代表。美国商业界以暴利与哗众取宠来肯定自己的成功。，是马尔康姆不失时机地推出了“福布斯 400 富豪”排行榜，这项艰难无比的创意获得了空前的成功，一直对“财富 500 强”耿耿于怀的马尔康姆·福布斯终于找到了翻身机会。而这项评比也将《福布斯》杂志的“做秀”水

准推向极致。

《广告周刊》在1983年将《福布斯》列为10大热门杂志的第8名。该评选写道："关键是，马尔康姆·福布斯——出版界奇才，这股惊人的冲力能维持多久？我们进行热门杂志排行榜这5年以来，《福布斯》的广告年收入已经剧增3倍，看来它们这股气势恐怕要持续到雅皮重又变成嬉皮。"到了20世纪80年代末，马尔康姆和他的《福布斯》杂志的声誉达到了巅峰。在提出了"资本家的利器"之后的30年，《福布斯》杂志比《财富》杂志更为嚣张与恰当地充当了"浮华资本主义"的代言人。商场上凡强调个人独创性的主管都煞有介事地将《福布斯》视作是必读刊物，以此强调与他人不同是其成功本质。

而这位喜欢购买游艇和哈雷摩托车、有伊丽莎白·泰勒做女友的亿万富翁，每年在家中举办的盛大聚会成了世界名利场的中心。从商业巨子到政治人物再到好莱坞明星，无一不以受邀为荣，它成了媒体"流言专栏"的最佳原料。1987年，美国合众社在一篇评论中说道："马尔康姆敢于表现出他以'资本家'身份而自豪，这对一般民众的观念多少也有影响。早年的洛克菲勒那种吝啬到极点的百万富翁当然惹人讨厌，而像马尔康姆这样赚钱赚得高兴，又花得愉快的富豪形象当然会引起美国民众的好感。"之前一年，《洛杉矶时报》则评论道：《财富》有权威，《商业周刊》有活力，而《福布斯》有游艇。而一位《福布斯》的记者麦克·西普则更切中要害地说道："过去18年来，马尔康姆一直都是阳刚男人的象征——报刊杂志上看到的他总是雄赳赳地站在热气球上，要不就是一身斗士打扮跨坐在哈雷摩托车上。"

显然，人们更愿意记住马尔康姆的同性恋倾向与出手阔

绰。当他于 1990 年去世后，新闻界才意识到这位出版奇才对杂志业本身的贡献。在马尔康姆追求“标新立异”的推销技巧的同时，他也同样关注新闻报道本身。尽管广告客户是杂志的金主，但在编辑独立原则上，这位反传统总编辑似乎很少偏离传统。正如《福布斯》前任记者法兰克·赖利所说：“马尔康姆偶尔会考虑到其他利益而牺牲报道的新闻价值，可是次数绝不会比别家刊物多。”而且，在生活上喜新厌旧的总编辑求贤若渴。在《福布斯》杂志内，只要你有天才，便可获得一切自由。这两点，或许也正是促使《福布斯》成功更为关键的原因。没有好的杂志品质，仅仅依靠自我标榜，终是难获成功的。

像父亲马尔康姆年轻时一样热衷政治的《福布斯》继承人——斯蒂夫·福布斯，已经参加过 1992 年与 1996 年两次总统竞选。除了像父亲一样是个失败的政治家外，他看起来也难成为一个成功的出版家，他对于杂志本身没有兴趣。在他眼中，这仅仅是个赚钱的机器。这个缺乏个人魅力的总编辑惟一关心的就是广告的页码。为了取悦广告商，他似乎随时可以干涉编辑权，撤换批评文章。尽管 1995 年该杂志的广告页达到惊人的 4542 页。但是，新闻界对这种杀鸡取卵的做法显然不屑一顾。《商业周刊》的总编辑斯蒂夫·谢泼德自信地说：“在我们那里，决不会出现广告干涉编辑的事情。”这种信念，也同样出现在《财富》与《华尔街日报》。

不管怎样，《福布斯》依旧是一家无法忽视的商业杂志。《商业周刊》依靠它对新闻事件的快速反应而著名，《财富》因其似乎无法撼动的权威感而取胜，那么《福布斯》从创办起就奠定了它的基准：对商业行为中人的戏剧化因素的关注。

**创办人柏蒂因为不满当时的纽约商业报纸仅仅报道商业数据而创办该杂志；马尔康姆则利用其自身的人性魅力，将这种关注推向一个极致，马尔康姆的人格正是当代商业戏剧中最精彩的部分，所以《福布斯》才如日中天。那么，今天呢？显然我们还没有理由说它已经衰落。**

# 凯瑟琳 · 格雷厄姆：一个时代的终结

## 偶然性造就的凯瑟琳

世界是由偶然性驱动的。凯瑟琳 · 格雷厄姆（Katharine Graham）或多或少会承认这一命题。2001 年 7 月 17 日，84 岁的她偶然间从台阶上跌到，这个微小的事故导致了灾难性后果——世界上最有权势、最富传奇性的女人逝世。38 年前，菲尔 · 格雷厄姆的突然自杀，猝不及防地将凯瑟琳 · 格雷厄姆推向了华盛顿邮报公司掌舵人的位置。这次偶然如此深刻地改变了她甚至世界的面貌。

1963 年的凯瑟琳害羞而缺乏自信，她不过是其丈夫菲尔 · 格雷厄姆的附属品吧了，甚至这种地位都遭受到侵犯——菲尔爱上了一位年轻姑娘。那是肯尼迪的时代，美国还没有那么深入地卷入越南战争。青春、权势、才华在华盛顿市熠熠发光，此时的《华盛顿邮报》（*Washington Post*）虽然有所起色，但也不过是一份地方报纸罢了，甚至不如它的竞争者《华盛顿星报》（*Washington Star*）。

时间到了 2001 年，格雷厄姆不再羞涩，她从容地发表讲演，她是“财富 500 强”中第一位女性首席执行官，她领导着世界上最强大的媒体公司之一，没有人再轻视《华盛顿邮报》的地位。天哪，它曾经直接与世界上最强大的政府对着干，并且赢了。它将新闻业推向了荣誉的顶峰，令它的编辑与记者像好莱坞影星一样炙手可热。与之相对的是华府光彩

的消褪。过去 40 年中，人们看到的是年轻英俊的领袖被刺杀，看到美国总统为了保住权力肆无忌惮地破坏司法公正。经历过越南战争等一系列事件后，谁还愿意信任这样的政府？

在由男人主宰的华盛顿政治圈，凯瑟琳·格雷厄姆光彩夺目，倍受尊敬。美联储前主席保尔·沃尔克说“一位如此害羞的女人成为华盛顿一股强大的力量，这实在令人惊异。”对于这位伟大女性的逝世，乔治·W·布什的评价极富代表性：“她是一位真领袖、真淑女，是一代传奇。”弥漫于世界媒体的悲伤情绪，当然不仅因为她是世上最富权势的女人，更因为这个女人代表了一个已经逝去的时代。在那个时代中，人性中最为高贵的品质——勇气与正直，得到了如此淋漓尽致的展现……

摆脱阴影

“这仿佛是个童话”，凯瑟琳格雷厄姆在听到回忆录《个人历史》获得 1998 年普利策传记奖时发出这样的感慨。在自传中，凯瑟琳将自己的一生视作与自卑战斗的历程。她先是生活在控制欲极强的母亲的阴影下。这位总是心怀不满的女人显然缺乏爱心，在刚生下凯瑟琳时她居然这样说：“一个可怜的小东西，产钳把她的太阳穴挤压了，把她搞得更丑了。”在上大学时，她的同学怎样也无法理解，这个全美最富有家庭之一的孩子，怎么只有两条裙子与两件毛衣。

她总觉得自己毫不起眼，也正是因为这样，当菲尔·格雷厄姆宣布要与她结婚时，她根本不敢相信。这个英俊的哈佛法学院毕业生是罗斯福新政时华盛顿精英的典型代表——活力四射、前途无量。除了羞涩外，凯瑟琳幸好有个有钱的父亲尤金·梅尔（Engene Meyer，美国第一任联邦准备理事

会主席）。这位曾担任过美联储主席的商人在 1933 年以 82.5 万美元购买了《华盛顿邮报》，当时这份报纸在华盛顿当地的 5 份报纸中排名第 5。

喜欢开怀大笑的菲尔 • 格雷厄姆很快成了《华盛顿邮报》的发行人。他更加引人注目了，野心勃勃地想要将这家地方报纸变成一份小型《纽约时报》。他在 1961 年购买了声誉不错的《新闻周刊》，指望凭此与不可一世的《时代》一争高下。在华盛顿的政界与新闻界构成的名利场中，菲尔充分施展着他的魅力，总统肯尼迪、副总统约翰逊都是他的挚友，女人们尤其喜欢他，甚至包括《时代》创办人亨利·鲁斯趾高气扬的太太。

而凯瑟琳 · 格雷厄姆依旧羞怯，乖乖躲在丈夫后面。就这样，在华府的宴会上，她总是被主人安排在不显眼的位置上，甚至连自己的家人也对她过于忽视。一次带着孩子散步回家，她看到丈夫与母亲正在谈话，母亲对她说：“对不起，亲爱的，我们正在进行一场知识性的谈话。”

而此时，精神抑郁症已经困扰了菲尔 格雷厄姆好几年。事业越成功，他就越是怀疑自己是依靠了岳父的能力才获得拥有的一切。1963 年，菲尔的自杀一方面让凯瑟琳陷入了无限悲痛，另一方面也令她从尴尬中解脱出来。但一个严峻的事实是，她必须要出面掌管日渐起色的华盛顿邮报公司。

可怜的是，没人看好这个缺乏光彩的 46 岁女人，几乎所有人都预言公司必将被出售。就像当时一位评论家所说的：“有许多原因说明《华盛顿邮报》为什么要出售——一家经营不太好的报纸，一个岁数大的业主没有继承人，只有一个寡妇……”

凯瑟琳格雷厄姆必须与她缺乏自信的内心作战。是的，

她不知道如何管理报纸，甚至多年后都不习惯在她的记者面前发表讲演，就像她给朋友的信中写到的，“我目前的感觉就像美国总统对国会议员说‘我现在是你们惟一的总统’一样。”但她依旧坚定地宣言：“《华盛顿邮报》过去是、现在是、将来也还会继续是家族经营的企业。”当然，她所设想的不过是让其在哈佛读书的儿子唐纳德·格雷厄姆快点长大，以便接班。

大明星本·布莱德利

“无论多大年龄，或在怎样的情形下，孤身一人的你不得不重新塑造你的生活。”35 年后，凯瑟琳·格雷厄姆回忆最初的艰难如是感慨。凯瑟琳不仅要重新塑造自己的生活，甚至要重新塑造《华盛顿邮报》，以便在男人控制的出版界与政界赢得一席之地。

而挑战是，她不懂管理，更不懂编辑，长期以来的家庭主妇生活让她变得几近无知。一次她竟然问自己的母亲，今晚要来做客的贝聿铭是谁？所以毫不奇怪，她最初听说《华盛顿邮报》根本不是一份好报纸时，相当吃惊。她的好朋友沃尔特·李普曼（WalterLippmann，美国最负盛名的专栏作家）与詹姆斯·雷斯顿（《纽约时报》的专栏作家）当面指出，这份报纸平庸、漂浮不定。他们暗示她，报纸需要一位新的、更有活力的主编扭转局面。

显然，本·布莱德利当时并不喜欢凯瑟琳·格雷厄姆。尽管布莱德利与她死去的丈夫是好朋友，但他不会注意这只华盛顿城内的丑小鸭。布莱德利与早逝的菲尔·格雷厄姆、约翰·肯尼迪是同一类人——英俊潇洒、智慧超群、气焰嚣张——具有惊人的个人魅力。作为《新闻周刊》华盛顿分部

的负责人，布莱德利招募了大批才华横溢的年轻人为其工作，而他自己则是华盛顿最受人尊敬的记者之一。

但是，当本·布莱德利得知自己有可能成为《华盛顿邮报》的总编辑时，他的态度开始发生转变。就像菲尔·格雷厄姆一样，布莱德利知道如何让凯瑟琳这样缺乏自信的女人感到放松，他的手腕与他的才智同样显著，他爽朗的笑声的确让凯瑟琳想起了往日的丈夫。更重要的是，凯瑟琳清楚地意识到，这位布莱德利先生的确拥有邮报所匮乏的激情，他不也正梦想着将一份地区报纸变成一份全国性的大报吗？

同样都在 43 岁，约翰·肯尼迪成了美国总统，而本·布莱德利成了《华盛顿邮报》的总编辑，而且他们同样趾高气扬、贵族气十足。布莱德利似乎是专为 20 世纪 60 年代的美国新闻界而生的。

各种思潮与生活方式蜂拥而来的 20 世纪 60 年代，正是青年们与传统彻底决裂的时代，他们标榜自己为现代人。而布莱德利显然是一位具有“现代人”意义的新闻人。他不喜欢强调新闻的责任感，更讨厌纯粹的资讯，他的短暂注意力使他无法容忍沉闷。在《新闻周刊》时，他整天督促年轻的记者写出好玩的东西，如今他要把这种风尚带入《华盛顿邮报》——这张被传统势力占据的乏味报纸。

布莱德利喜欢明星记者制，坚信闪闪发光的明星们可以让报纸水准获得最快的提升。他从《纽约时报》、《新闻周刊》等各处找来青年才俊，给他们自由的空间与令人羡慕的薪水。当然，他还要与经营部门作斗争。一份伟大的报纸同样需要足够多的经费，为此他学习了一年的财务预算，最终击败了经营部门的墨守成规，使得邮报的预算从 1965 年的 250 万美元迅速增长到 1967 年的 700 万美元。就这样，那些曾经与他

作斗争的保守者最终离去了。没人能阻挡布莱德利的激进改革，甚至《华盛顿邮报》的政治立场也发生了戏剧性的变化，从始终与政府站在一边开始越来越倾向于自由派立场。但布莱德利与凯瑟琳都清楚，他们不仅需要改革，更需要一次伟大的机会，以将《华盛顿邮报》推向一个高峰，就像《纽约时报》在二战和越战时所做到的那样。

令人难以置信的机会

机会来了，而且几乎令人难以置信。 1971 年春天，《纽约时报》率先公布五角大楼机密文件，尼克松政府试图将之推向法庭。《华盛顿邮报》的一位资深编辑也迅速得到这份文件，但是否予以发表却成了关键问题——邮报是否做好了与政府发生对峙的准备。编辑一方坚持出版，而经营方则担心这个莽撞会给公司带来灾难性后果，可能导致邮报公司正在准备的上市计划流产。

《纽约时报》的地位是不可撼动的，因此它敢于挑战政府，而《华盛顿邮报》的确过于年轻与缺乏威望。在那个具有决定意义的夜晚，三位资深记者在布莱德利的房间里急不可耐地试图从 4000 页文件中整理出适合报纸发表的文章；而在另一间房间里，布莱德利正在与经营负责人争吵不休，他们需要凯瑟琳·格雷厄姆这个仍旧未摆脱羞涩的女人最后定夺。

新闻业肩负着比赚取利润更重要的责任，尽管凯瑟琳·格雷厄姆没有像亨利·鲁斯那样口口声声地强调这种责任感与使命感，但是隐藏在她羞涩与不自信背后的勇气与正直开始发挥作用。这同样也是一场赌注，失败意味着葬送报纸的前途，而成功则意味着……她在电话里很简短地说：“让

我们出版它。”

尼克松政府将《纽约时报》与《华盛顿邮报》推上了被告席，理由是泄露国家机密，但最高法院站在了出版自由的立场。布莱德利与凯瑟琳对于这个结果欣喜若狂，就像他们当时所说的，这次行动将《华盛顿邮报》推向与《纽约时报》相同的位置上，邮报的声音从此与时报一样被全世界听到。

通过丈夫菲尔·格雷厄姆与父亲尤金·梅尔的努力，《华盛顿邮报》已经赚了不少钱，凯瑟琳知道如何把这些钱最精彩地花出去。《华盛顿邮报》的总编辑布莱德利与《新闻周刊》（*Newsweek*）的主编艾略特都是罕见的编辑奇才，也是邮报最佳的投资。

好大喜功的布莱德利成功地让自己与《纽约时报》总编辑罗森涛比肩而立，他还加强了邮报的深度报道能力。他不喜欢越南，但他喜欢华盛顿，《纽约时报》在越南战争大出风头，而《华盛顿邮报》则在接下来的水门事件中表现卓然。

在华盛顿地区法院的一小桩盗窃案中，年轻而略显笨拙的记者鲍伯·伍得沃德努力要从里面挖掘出不一样的东西。很快，另一位放荡不羁而才华横溢的记者卡尔·伯恩斯坦加入了调查队伍。这两位单身汉每天工作十六七个小时，每周七天。他们发现闯入民主党总部绝不是简单的盗窃，它牵扯到司法部部长，甚至更深的内幕。大卫·哈伯斯塔姆在《掌权者》一书中用一连串的排比说明偶然性在水门事件中起到的重要作用——“如果这两人的第一次婚姻都未触礁，如果他们未成为单身汉，他们也许会被许多家庭的平常事务耗去精力，不愿花费那么多时间……如果伍得沃德在水门事件的早期渴望晋升，渴望报道更重要的事件，报道地区法院之争……如果伯恩斯坦与《滚石》杂志谈得顺利，去那里工作……

在漫长的两年时间里，这两位缺乏名气的年轻人，凭借其好奇心与编辑的鼓励，逐渐将这个小案子扯开了一条大缝隙。形势越来越明了，本·布莱德利与凯瑟琳开始承受越来越大的压力。除了恐吓电话，美国前司法部部长约翰·米歇尔说出了那句20世纪最著名的诅咒语：“我要给她的乳头戴上一个钳子。”政府已经开始干涉华盛顿邮报公司购买有线电视公司的商业活动，很显然，他们将尽一切措施保守这个惊天的谎言。尼克松的再次当选使调查越来越困难。官员科尔逊的指责正反映了这种压抑气氛：“这场颠覆整个政治程序的控告非常绝妙,这个虚构的作品可以与《飘》、《黄色的抱怨》相媲美……布莱德利先生在把自己封为领袖……在那奥妙的阶层中，这个微小的部分会毒害美国新闻健康的主流，形成他们自己独特的世界。”

倘若不是因为尼克松先生好猜疑的习惯而留下录音带成为日后的证据，《华盛顿邮报》或许无法取得这场与政府之战的胜利。不管怎么说，当尼克松最终因为“水门事件”而下台时，《华盛顿邮报》成了真正的明星报纸。凯瑟琳，这个从不喜欢宣称自己是女权分子的人赢得了“世界最有权势的女人”的称号，她成了当世的不朽传奇——一位用勇气与政治扳倒美国总统的女人。更重要的是，新闻业得以大放异彩，它对自由与正义的追求赢得了无比的尊敬。年轻人都以伍得沃德与伯恩斯坦为偶像，而布莱德利成了世界最著名的编辑……以水门事件为蓝本的电影由好莱坞明星罗伯特·雷德福（Robert Redford）与达斯汀·霍夫曼（Dustin Hoffman）出演，这更将这个神话推及到全世界。

偶然的结局

对于水门事件的胜利，凯瑟琳似乎并不怎么喜悦，至少不像布莱德利那样得意。她是个保守分子，坚信自由市场、民主政治理念，坚信国家应由精英分子治理，所以她的确不倾向于总统是个阴谋家这种看法。她不喜欢将出版五角大楼文件与水门事件意识形态化，在她看来，《华盛顿邮报》只是报道了它应予以报道的新闻。

尽管凯瑟琳逐渐获得了自信，但依旧不喜欢被人谈论。她是个现实主义者，就像 1975 年她在《华盛顿邮报》大罢工中所表现出的强硬态度，她亲自动手印刷报纸。她再次表明她的保守价值观念：每个人都必须用辛苦地工作以赢得财富与他人的尊敬，而非通过别的手段。

整个 20 世纪 80 年代，华盛顿邮报公司在商业与新闻声誉上都取得了巨大成功，凯瑟琳·格雷厄姆也成为财富 500 强中第一位女性商业领袖。在世界各地，似乎只有欧洲的王室或者第一夫人才能获得她那样的尊敬。当然，这个传统的女人不喜欢“女强人”这种说法。在自传里，她对此解释道，因为“这使我感到自己像一名举重运动员或者重体力劳动者”。

1991 年，凯瑟琳·格雷厄姆将公司交给了长子唐纳德·格雷厄姆，也在这一年，本·布莱德利将总编辑职位交给唐 伦尼。《个人历史》似乎是我们惟一能够见到的完整记录凯瑟琳·格雷厄姆一生的著作。

这个出生于 1917 年的俄国犹太后裔，在其 16 岁那年看到父亲尤金·梅尔购买了《华盛顿邮报》，在 46 岁时目睹丈夫的死亡并仓促地接手成了报纸的发行人。之前，她几乎一

点也不了解报纸到底意味着什么，也不太关心《纽约时报》的苏兹伯格家族、《洛杉矶时报》的钱德勒家族是如何经营的，也同样不了解普利策是如何奠定近代新闻理念的，她也不太可能像《时代》的亨利·鲁斯那样创造一种全新的新闻理念……当然，她更不是一位喜欢乱轰轰的20世纪60年代的激进分子。但是，她却促成了新闻史上最富戏剧性的结局。我们说这要归功于她的正直与勇敢，在给布莱德利的信中她却说这不过是偶然，恰巧因为尼克松录制了自己谈话的录音带——“我们只是在某人不仅发疯般地录制磁带的同时，把自己如何隐藏也录制下来的绝望中生存了下来。唉，我们能指望谁呢？不是你，也不是我。”

一个偶然让凯瑟琳·格雷厄姆从爱达荷州的台阶摔下，在此仅仅1小时前她还兴致盎然地同默多克谈论媒体的未来。现实就是现实，凯瑟琳不讨厌神话，那意味庸俗化。在我们不断的回忆中，我们将这个害羞的女人推向了一代传奇的地位。我们怎会忘记她在水门事件后的感慨——“我们为真实性而感谢上帝，这不会在任何书和任何肮脏的电影中找到。这样太好了……”

# 特权之子：奥蒂斯·钱德勒与《洛杉矶时报》

"瞧，所有人全在坠落。"

——里尔克（Rainer Maria Rilke），《秋》

芭夫·钱德勒雄心勃勃、气质高雅。当 20 世纪 60 年代她出现于报界出版人聚会时，《纽约时报》发行人苏兹伯格、《华盛顿邮报》的格雷厄姆对她的态度极为尊重，并小心谨慎地掩饰对其丈夫——《洛杉矶时报》发行人诺曼·钱德勒（Norman Chandler）的鄙夷。

创办于 1881 年的《洛杉矶时报》与美国的这座西部城市一样，成长迅速、混乱、粗俗不堪。这份家族报纸见证了城市人口的几何数膨胀、好莱坞的兴起，并从这一切变化中赚取了巨额利润。但正如洛杉矶所代表的西部城市在纽约、华盛顿所代表的传统东部势力面前掩饰不住的暴发户感，这份报纸显然也无法赢得《纽约时报》、《华盛顿邮报》与《华尔街日报》那样的身份感，它的编辑质量与倾向性过强的政治立场简直令人作呕。

作为这份家族报纸第五代女主人的芭夫·钱德勒为了洗刷这一略显耻辱的形象，除了参与东部人的聚会外，她还以不知疲倦的热情募捐修建洛杉矶音乐厅，与西部的电影界、音乐界的新贵们交往。

芭夫未能改变其丈夫的作风，却在儿子身上收获到希望。当然，当1960年诺曼 钱德勒宣布将权力逐渐移交给其子奥蒂斯 · 钱德勒（Otis Chandler）时，时报的员工与股东们很不看好这位年仅32岁的新统治者。他太英俊了，太像一个花花公子了。他身材瘦长、下巴突出、肩膀宽阔，一副运动员的好身材。他投铁饼的水准仅比世界记录少了8英寸。若不是一次意外的事故，他很可能入选1952年奥运会的美国队。他喜欢汽车与美女，并痴迷于冲浪。人们相信，他对冲浪板的感情远远大于报纸。时报员工们听到奥蒂斯说的第一句话是“哇（Wow）”。他以此表现出自己对新职位的缺乏准备。

花花公子同样可以成为杰出的领袖。 J · F · 肯尼迪不是把在哈佛的风流表现同样带入了白宫了吗？一直到大学毕业，都没有人相信小托马斯 · 琼 · 沃森会成功经营IBM，结果他让世界大吃一惊；还有小洛克菲勒，他不是也成为杰出的副总统了吗？……时报员工们很快承认，在这串名单中要加入奥蒂斯 · 钱德勒的名字了。

奥蒂斯上任时，《洛杉矶时报》甚至在加州首府萨克拉曼多都没有设记者站。但很快，纽约、芝加哥、休斯顿、东京、墨西哥城、香港、罗马、莫斯科、伦敦、西贡、新德里都有了《洛杉矶时报》的分支机构。奥蒂斯慷慨地给予好记者高薪水、宽裕的采访经费、自由的表达空间。他设立书评专刊、星期六杂志，将报纸的报道范围扩展至科学、教育、工会等诸多领域。这份报纸不再仅仅意味着犯罪、庸俗的市民生活与政治上的强烈的右倾，奥蒂斯支持编辑们的超然立场。

这位一点也不像知识分子的发行人似乎无比相信这一点：杰出的编辑品质才是报纸成功的最关键要素。他对编辑部的阔绰举动正基于此。《洛杉矶时报》在美国国内与国际新

闻上的表现，开始让它跻身于美国主要几家全国性报纸的行列。在支持从越南撤军、声援劳工运动与黑人权益方面，这家西部报纸甚至比传统舆论媒体更富正义感。

对尼克松的态度显著表明的奥蒂斯·钱德勒与先辈的不同。出自加州的共和党人尼克松是诺曼·钱德勒的朋友，诺曼在他的报纸上几乎毫不掩饰对共和党的支持。在 1954 年国会中期选举时，《洛杉矶时报》为尼克松提供舞台全力攻击民主党。这种无赖作风为时报赢得了卓著的恶名。当奥蒂斯上台后，时报开始逐渐公正地引用两党的言论。甚至到 1970 年，时报已经刊出这样的标题——从越南撤军，以此来表示对尼克松政策的不满。

大卫·哈伯斯塔姆在《掌权者》一书中说道：“只经过一代人的努力，《洛杉矶时报》就从全国最差的报纸之一，一跃成为最优秀的报纸之一了。”20 世纪 60 年代末，该报的发行量突破百万。除了名声斐然外，奥蒂斯·钱德勒让家族生意为其赚了更多的钱。1968 年至 1980 年，该报所属的时代一镜报集团的收益额增加了 4 倍。该集团除了时报外，还拥有电台、杂志、图书出版等业务。这家媒体公司在 1977 年财富 500 强排名中名列 232 位。在出版界，只有时代出版集团比它更庞大。多萝西·钱德勒可以毫无愧色地与格雷厄姆与苏兹伯格站在一起了。

奥蒂斯终未能压抑住对冲浪还有年轻姑娘的热情。1980 年，53 岁的报业巨子退出日常管理，变成了名誉总编辑与董事局主席。他建立的管理层顺利地将时报带过 80 年代，并创造了 120 万份的日发行量记录。

将马克·威利斯引入《洛杉矶时报》是个致命错误。这位卖早餐出身的管理者因为缩减开支而赢得“解雇杀手”的

绰号。他是华尔街的挚爱，却是编辑们的死敌。自 1995 年成为时代一镜报集团首席执行官并兼任时报发行人以来，他大幅缩减编辑经费，大量裁减编辑记者；打破编辑与商业间的壁垒，让记者与广告人员共同工作；为迎合广告商的需求而盲目扩张版面……

1999 年 10 月，《洛杉矶时报》甚至在与洛杉矶新建体育馆 Staple Center 签署利润分享的协议后，刊登出一篇软广告性的报道。奥蒂斯 · 钱德勒为此致信全体编辑，对于商业利益如此公然地侵犯编辑独立原则表示强烈愤怒，声称这个举措“不可置信的愚蠢”，无耻地“滥用与利用”了编辑人员。尽管马克 · 威利斯在任期间《洛杉矶时报》所属公司时代一镜报集团的股价上涨了 3 倍，但分析家指出，这种短期盈利是以出卖未来为代价的，是建立在葬送奥蒂斯 · 钱德勒建立的良好声誉的基础上的。

2000 年，一伙短视的股东私下将时代一镜报集团卖给先驱报业集团。新公司付给马克 · 威利斯介于 8500 万至 1 亿美元的解雇费。新公司看来与奥蒂斯没什么关系了，它似乎注定要变成一家庞大却无比平庸的出版巨头。

尽管奥蒂斯提出过要参与新公司的管理，但是大家都将之视作是没长大的孩子。尽管他已经 73 岁了，不能冲浪了，但却依然沉迷样式怪异的汽车。作家丹尼斯 · 麦克道格在新著《特权之子：奥蒂斯 · 钱德勒与＜洛杉矶时报＞的兴衰》中，将之描述为一位永远沉湎于青春期的少年，终生处理不好与朋友、亲人的关系……但是，比起他惊人的才华与热情，这一切算得了什么？不管马克 威利斯、或是胆小怕事的编辑、或是那些见利忘义的股东们给《洛杉矶时报》带来了怎样的伤害，没人会忘记在奥蒂斯 · 钱德勒时期该报光芒万丈

的表现。

2001 年是《洛杉矶时报》创建 120 周年。显然，人们已经开始像回忆李·艾科卡时代的克莱斯勒、肯尼迪时代的美国政府一样回忆奥蒂斯·钱德勒时代的《洛杉矶时报》了……

# 拯救《洛杉矶时报》

他们喜欢冒险，他们厌恶平静，他们习惯将自己推入一个猝不及防的尴尬场面，然后运用自己的才智与果敢取得出乎意料的成功。他们称自己为丘吉尔，只有在德国飞机的轰炸声中才能发表激动人心的演说；他们称自己为巴顿将军，只有在战场上才能感到内心的宁静，他们称自己为艾柯卡，只有在拯救衰败的庞然大物时才感到心旷神怡……

约翰·卡罗尔（John Carrol）毫无疑问隶属于这个行列。这位《巴尔的摩太阳报》（*Baltimore Sun*）的总编辑在2000年3月对此职位厌倦至极，因为他在这个职位上已经呆了9年，并使这家曾经停滞不前、缺乏生气的日报重获青春。“全国新闻基金”于1998年授予他“年度编辑”的最高荣誉，他被普遍称作为“记者中的记者，编辑中的编辑”。

经过多年的报人生涯，58岁的卡罗尔说，“我喜欢重新塑造报纸，而不是照看它”，这也是他在新闻界闻名的声誉或是特殊爱好。正当他犹豫是否去哈佛大学担任黎曼新闻基金会的负责人时，杰克·富勒（Jack Fuller）——芝加哥论坛报出版集团总裁询问他是否愿意成为《洛杉矶时报》的总编辑。此时，关于论坛集团收购时代一镜报的协议已趋于成熟，与卡罗尔相识多年、并提名他接手黎曼新闻基金会的杰克·富勒深知卡罗尔的价值所在。

“我已经闷得发霉了”，卡罗尔一心寻求新的刺激，“在《巴尔的摩太阳报》最初的日子里，你可以进行巨大的改

变，接下来，你可以进行不错的变革，但再接下来，你的花招用完了。但是世界上永远有等待改变的事情。而且当你看到你改变的事物发展越来越大时，你几乎找不到比这更令人兴奋的工作了。”从发行量为 13.5 万份的《莱克兴顿先驱领导报》到销量为 31.5 万份的《巴尔的摩太阳报》，如今的挑战是发行量 100 万份的《洛杉矶时报》.

卡罗尔了解新工作有多么刺激。《洛杉矶时报》曾经破烂不堪，但自从 1881 年创办以来，它始终是加州的主宰。尽管内容糟糕无比，但它却垄断了美国西岸的舆论，创造了令人吃惊的财富。大卫 · 哈斯塔姆说，在东部，只有洛克菲勒家族与苏兹伯格家族加在一起才可能与之媲美。

在第四代发行人奥蒂斯 · 钱德勒（Otis Chandler）的指挥下，《洛杉矶时报》成功地从暴发户过渡到以杰出人才、最新电脑设备与公正的编辑理念为核心的文明的新型报业巨子。从 1960 年成为发行人起，奥蒂斯 ·钱德勒这个英俊非凡的年轻人利用 20 年时间玩了一个令全世界瞠目结舌的游戏。

20 世纪 60 年代，杰出报纸的标志是它的华盛顿分部与驻外记者的实力，政治与外交是那个时代的核心。而在 1958 年前，总统杜鲁门曾称《洛杉矶时报》为“全国倒数第二的报纸”。

奥蒂斯 · 钱德勒知道《洛杉矶时报》倘若要与东部的《纽约时报》一争高下，就必须抛弃西部粗俗的左派，接受东部新闻界的游戏规则。他说服《前锋论坛报》的华盛顿分部负责人鲍勃 · 唐纳凡跳槽，在整个华府，唐纳凡是仅次于《纽约时报》的詹姆斯 · 莱斯顿的第二号明星，他知道如何优雅地报道政治新闻，并以翩翩风度赢得信任。

拥有唐纳凡是《洛杉矶时报》变革的第一步，它一下子

就获得了同行们的尊敬。像本·布莱德利改组《华盛顿邮报》一样，奥蒂斯·钱德勒马不停蹄地招徕明星记者，给他们最好的待遇，最宽松的环境。在这样以智力取胜的行业中，明星记者们迅速让这份曾经丑陋不堪的报纸跻身于最杰出的报纸之列。到了 1980 年奥蒂斯·钱德勒退休时,《洛杉矶时报》已经被普遍视作是全国最佳的 3 至 4 份报纸之一，与《纽约时报》、《华尔街日报》、《华盛顿邮报》比肩而立。而它在商业方面也取得空前的成功——它的母公司时代一镜报集团成为全美第二大媒体公司。奥蒂斯·钱德勒遵循着传统报业的习惯——拥有伟大的新闻产品，财富的获得是必然的。

约翰·卡罗尔知道奥蒂斯·钱德勒创造过的不朽传奇，也清楚如果他将《洛杉矶时报》带出目前的僵局自己将获得怎样的成就感。自从进入 20 世纪 90 年代以来,《洛杉矶时报》就进入了发展停滞状态。1995 年，华尔街宠儿马克·威利斯成为时代一镜报的首席执行官，他雄心勃勃地试图改变现状，然而却将《洛杉矶时报》引入尴尬的境界。

这位传统公司的负责人显然不了解一张伟大的报纸意味着什么。马克·威利斯为了节约成本，先是关闭包括《纽约日报》（Newsday）这样的分公司，甚至鲁莽地打破了报业中的长期传统——编辑权与经营权的分开。他将报社看作是一家简单的产品生产公司，编辑部不过是像市场部门、广告部门一样的平行部门。他在报社内设立总经理，全权负责所有事务，然后将不同版组演变成不同的生产部，每个部门由一位经营人员负责，称作"产品经理",每版编辑与"产品经理"一起商讨确立版面内容。

为了吸引广告客户,《洛杉矶时报》推出"垂直客户产品",比如销售人员发现《洛杉矶时报》在富有的金融业广告中缺

乏份额时，产品经理就与编辑们坐下来一起讨论设立“投资版”，广告商驱动力正在慢慢取代“读者的需要”。

同时，迷恋于数据增长的马克·威利斯不仅想看到广告额的增长,还希望将发行量提高。报纸的价格降低到 25 美分，新闻的标题与图片加大。而为了吸引文化程度不高的读者，图表的比例被大幅增加。这位没有任何新闻背景的最高长官说，他喜欢富有情感而非理性分析的故事，因为这样容易吸引女性读者。

马克·威利斯对此怀有简单的理念：必须打破编辑部门与经营部门各自为政的状态，他们都应该为报社的整体利益考虑。尽管一些编辑说，威利斯的举动至少打破了报社内的沉沉死气，但是相当多的编辑人员则对此充满怀疑。一位叫詹姆斯·瑞尼的地区版作家甚至开始怀念 20 世纪 80 年代初的岁月，作为年轻记者的他亲眼看到当时的编辑吉姆·李维如何坚守横在编辑部与经营部之间的那道墙：当时该版的编辑与广告部员工在同一个大工作间办公，但这个满头白发的强势编辑只要看到广告部人员靠近编辑部这边，就会大声喊道：“你这个广告蠢蛋，你到这边儿干吗？”

1999年，以商业需求主导新闻操作的《洛杉矶时报》犯下了致命的错误。它的广告部门与当时洛杉矶新建体育馆 Staple Center 签下了利润分成协议，而编辑部在不知情的情况下大幅度地报道了该体育场馆。这则被其他媒体披露的新闻迅速成为美国新闻史上最著名的丑闻之一，整个舆论界表现出极大的惊恐——美国最著名的新闻机构之一居然公然出卖它的新闻理念。

300 名《洛杉矶时报》员工联名发出抗议信，对编辑人员被暗藏的商业利益无耻利用表示深深的震惊，并相信报社

的信誉已被颠覆性地破坏，因为这等于向公众暗示，新闻是可以被收买的。尽管《洛杉矶时报》在它的头版上刊登了道歉信：“当编辑独立原则与商业利益冲突时，毫无疑问，我们将首先考虑编辑原则……”包括马克·威利斯在内的所有高层人员都表示歉意。威利斯承认，需要重新确立编辑部与经营部门之间的界限。

这份曾经如此伟大的报纸陷入了空前的混乱与不安，它的大量杰出记者转投《纽约时报》，而剩下的编辑记者们则惶惶不安，他们依旧不熟悉新的游戏规则。每个部门由不懂新闻的产品经理负责，当一位记者外出几天采访时，他就会担心回来时自己的职位是否已经丢失，因为竞争者很可能说服产品经理采取这种非理智性措施。

这种混乱局面终于致使时代一镜报集团成为收购对象，论坛报业集团出资 90 亿美元于 2000 年 3 月兼并了该公司。批评家们几乎一致性地将指责泼到了马克·威利斯身上。这位华尔街宠儿在任期 5 年内尽管一直试图获得更多利润，但公司股票在美国历史上最著名的牛市期间却几乎没有任何实质增长，发行量却加大了亏损，新增加的读者群缺乏实质的商业价值。更重要的是，在以信誉取胜的报业，《洛杉矶时报》的新闻理念倍受怀疑，士气跌到了谷底。

约翰·卡罗尔希望他能够重温奥蒂斯·钱德勒时代的辉煌，在新搭档发行人约翰·普尔纳的配合下，他开始雄心勃勃的重建工作。他们一方面裁减冗员、关闭效用低下的机构，另一方面在全球报业不景气的情况下雇佣更杰出的报道人员。他们扩大了对国际务事务的报道，在韩国设立新分社，不惜为好新闻花更多的钱——仅仅在佛罗里达州令人尴尬的选举上，报社便花费掉上百万美元。

这位从未掌管过如此大发行量报刊的总编辑说：“我的策略就是在寻找更杰出的关键人物的问题上毫不妥协。只要他们在，一切都会好起来。如果我需要哪些人，我将尽我所能。一份报纸不过是许多工艺的结合，我们将每一环节上做到最好：写作、报道、摄影、图表、设计、文字、标题……尽管它们不一定就能确保成功，但每一样都不可或缺。”

从前只有《洛杉矶时报》的人员投奔到《纽约时报》，而现在，约翰·卡罗尔开始招徕《纽约时报》最优秀的编辑了。迪安·班奎特，《纽约时报》全国版编辑，1988 年普利策调查新闻奖获得者，一位被同事形容为具有“绝妙创意，不知疲倦”的杰出编辑开始考虑是否去西部工作了。他已进入《纽约时报》的最高决策层，是非洲裔美国人在新闻界的最闪耀明星。但是，卡罗尔不停地给他打电话，飞到曼哈顿同他共进晚餐，向他描述重塑一份伟大的报纸是多么激动人心……而当时的《纽约时报》执行总编辑约瑟夫·李维勒在得到风声后，邀请班奎特到他的农场度假，向他说明其他报纸都如此脆弱，而只有为《纽约时报》工作才是最值得的，况且这里有这么多人喜欢他。接着，总编辑比尔·凯勒也开始游说班奎特，他甚至开玩笑说，喝西部的水会造成阳痿。

但是，班奎特无法抵制住卡罗尔的诱惑，他们要一起迎接一项非凡的挑战，并获得无可比拟的胜利喜悦。班奎特的离开使得李维勒大为恼火，却使《洛杉矶时报》一片欢呼，这不仅削弱了对手，更重要的是极大地鼓舞了士气。《洛杉矶时报》的员工们相信，伟大的改变正在到来。他们不断从《迈阿密先驱论坛报》、《费城问询报》寻找来优秀的人物。

一个朝气蓬勃的新团队给人以无限希望，正如发行人普尔纳所说，现在“他们要将《洛杉矶时报》改造成全美最佳

大都会日报，要在新闻上同《纽约时报》、《华盛顿邮报》一争高下。”同时，他们也将使报纸集中于受过良好教育的人群，因为这些读者最有价值。

令卡罗尔稍稍不安的是，《洛杉矶时报》的影响力依旧抵不上《纽约时报》,当加州州长格雷·戴维斯写文章向布什汇报加州的能源危机时，他选择刊登的媒体是《纽约时报》，而非自己家乡的《洛杉矶时报》。

这是《洛杉矶时报》 120 年历史中的又一个关键时刻，在很多人看到希望的同时，一些批评者也表达了他们的忧虑。著名新闻人比尔·托玛斯在与约翰·卡罗尔共进午餐时说，《洛杉矶时报》已不可能成为最伟大的报纸，因为对于一家公开上市的公司来说，如果投入不能带来相应的利润，公司就不会继续投入。事实上，将新闻水准由高水准提到更高水准，所需要的编辑成本将大大增加，而这却不一定带来相匹配的利润，尤其在短期内。

尽管卡罗尔不同意批评者的观点，并为自己目前的工作骄傲不已，但是这个问题的确已经触及到更深层的公司管理结构问题。所有伟大的报纸，往往都是由家族掌管的，因而较少受到经营压力。就像斯坦福大学新闻学教授威廉·伍所说，新闻业从一开始就是一项生意。只不过在最初，这项生意不受华尔街的干扰，由报业家族的传统所支配。但是当报业公司公开发行股票时，它的压力就猛然加大，报纸就要面临咄咄逼人的盈利压力，短视的管理者常常会做出马克·威利斯式的决定。

但不管华尔街分析家怎样说，经营报业的确与经营其他产品不同。正如奥蒂斯 钱德勒当时对马克 威利斯的抗议“我不能想像报业公司由两位毫无新闻经验的人在经营……

新闻业的确与其他生意不同，在 Staple Center 上的作为极大损害了《洛杉矶时报》在读者、广告商与股票持有者间的信任度……”媒体经营似乎往往遵守“看不见的手”式的游戏规则，当编辑部与经营部彼此不相干时，公司往往处于最佳时期，而当它们彼此帮助时，灾难可能就会出现。从奥蒂斯·钱德勒时代到马克·威利斯时代，就表现出了这种微妙关系。

当然，约翰 卡罗尔仍不需要思考这样的问题，《洛杉矶时报》在他手中正在迎来一个新的春天，他卷起袖子，不知疲倦地监督着每一个新闻产品的出现，并致力使它们面貌一新。拯救衰亡事物的过程永远都充满魅力，尤其当你知道自己的每一点努力都将透过 100 万份报纸向世界宣称时。奥蒂斯·钱德勒曾为此兴奋，如今是约翰·卡罗尔和他骄傲的伙伴们为此在不懈努力。

# 严肃新闻回潮，它能够坚持多久？

“哦，亲爱的，战争改变了一切。”老套得令人心碎的好莱坞台词，如今变成了美国新闻界的真实写照。听听昨天还对康迪特议员的绯闻、辛普森案件支离破碎的进展而喋喋不休的CNN新闻主播阿容·布朗在说些什么，这个美丽而饶舌的女人竟然对从五角大楼的废墟、世贸大厦的浓烟、阿富汗的战况发表着近乎稳健的看法。从前，她们对一条裙子上残留的精液兴致昂然，如今她们对炭疽菌的分子结构了如指掌。

梅尔·卡迈津，维亚康姆公司（CBS的母公司）首席运营官，一位长期以来背负了“为了广告销售额不择手段”恶名的商人，在广场饭店里宣讲新闻业的责任。他不断引用马丁·路德·金与爱德华·默罗）的名言，当他说道“我们将遵循自己的使命”时，大厅内NBC、ABC、CNN、FOX电视台的同行们起立鼓掌——为卡迈津，当然更为自己。

AOL-时代华纳公司的杰拉德·莱文开始重拾亨利·鲁斯的理想了：“AOL-时代华纳不但要为股东负责，同样也要承担社会责任。我会为CNN、NY1以及所有的杂志提供任何所需的资源，为此我将做一切可能做的事。我已经没有兴趣去听这些花费会带来多少利润。事物已经发生了真正的改变。”在演讲结束时，他甚至补充道“我会坚持使用‘社会责任’这个词，就像《时代》所做的那样。”一直对利润具有强烈追逐欲的《纽约时报》的发行人小阿瑟·苏兹伯格在广告收入

大幅度下滑时则一再强调：“新闻质量是公司成功与否的关键。我们仍将竭尽全力为用户提供一流的新闻报道。”媒体分析家说，媒体公司为报道这场战争（指阿富汗战争）至少多花费了 5 亿美元，这还不包括“9·11”事件当天电视网不播出广告而损失的 5 亿美元。

似乎在转瞬间，所有的新闻工作者都从战争报道中寻找自己的尊严感——我们不是小报记者；媒体公司的出版商们则向公众显示自己的社会良心——责任感比利润更重要。拉里·弗林特先生(Larry Flynt），最富盛名的色情出版业巨子，如今开始状告美国国防部，因为后者拒绝了《好色客》（*Hustler*）杂志派随军记者前往阿富汗采访的申请，而弗林特先生的理由是：“基于长久以来对重大国际及国内问题的关注，我们杂志要全面而详实地报道反恐怖战争。”

当沃尔特·艾萨克森（Walter Isaacson）成为 CNN 新任董事局主席时，这位《时代》前主编打算大面积地引入娱乐化新闻，他甚至启用演员充当新闻主播，以突显戏剧感。艾萨克森遵循了他在《时代》的成功原则——这个时代的人们不喜欢严肃地谈论政治，他们需要更花哨的东西。这种潮流在 20 世纪 90 年代大行其道，媒体公司的总裁们被华尔街催促着考虑如何开源节流。报道政治与国际事务需要大量的经费支持，但是却只能吸引喜欢严肃思考的小众，而以时尚、绯闻、明星为主题的软性娱乐化新闻却吸引了大量的观众，并且投入相对较低。

在柏林墙倒塌、前苏联解体的 20 世纪 90 年代，美国公众似乎第一次感受到从核冷战阴影下解脱出来的畅快甚至自满。从前，他们关心国际事务是因为他们的世界随时可能陷入毁灭的危险，关心世界就是关心自己。所以，他们关注美

苏争霸，关注古巴危机、越南战争、星球大战计划，也因此出现了沃尔特 · 克朗凯特(Walter Cronkite ，美国著名电视节目主持人）这样富有责任感的新闻主播。但是 20 世纪 90 年代之后，似乎没什么值得关心的世界事务了，海湾战争、波斯尼亚战争，那不过是自满的 90 年代的一个迅速被遗忘的插曲罢了,公众喜欢看到喜剧与闹剧。即使在 2000 年的总统竞选的辩论中，“恐怖主义”也只被提及过两次。

20 世纪 90 年代也是媒体公司并购的年代，越来越庞杂的公司结构使得原来的新闻机构失去了曾经的影响力。上市的媒体公司是被华尔街而非新闻人主宰的，在利润与新闻质量之间，他们毫无疑问地选择前者。当花费巨资获得的硬新闻并没有比肥皂剧与花边新闻赢得更高的收视率时，那么它们就理应被压缩。

媒体经营者与公众共同主导了琐碎而庸俗的 20 世纪 90 年代的新闻界，它由跟踪戴安娜王妃的“帕帕拉奇”(狗仔队)、斯塔尔报告、O · J · 辛普森案件、古巴小男孩埃连的命运、《幸存者》和《谁嫁给百万富翁》游戏、肥皂剧《性与城市》共同构成。他们将对私人生活的窥探几近无耻地美化成“它不是一个绯闻故事，它关系到我们的政府是被什么样的人所运转。”

在 1988 年，三大电视网平均每年播出 2000 分钟的国际新闻；到了 2000 年，这个数字下降到 1200 分钟。在 2001 年 9 月 11 日前,每天只有 9% 的时间留给国际新闻。而非 FOX 新闻台的主导的娱乐化新闻（infotainment）成了主导。CBS 最令人尊敬的新闻主播丹 · 拉瑟（Dan Rather）（沃尔特 · 克朗凯特的传人）批评道，国际新闻正在“变得好莱坞化与轻佻化”。为了所谓的收视率，主持人把自己变成 Talk Show 演

员。媒体经营者称，人们总是关注自己身边的事情。

悲剧发生后，他们才开始发现自己错得多么厉害。除了声誉卓绝的《纽约时报》、《华盛顿邮报》（它们分别保持了26家、22家分社的规模），所有媒体机构都意识到自己的驻外记者少得可怜。ABC只有9名驻外记者,其中5名在伦敦；CNN拥有30个驻外机构，是三大电视网的综合，但驻外记者们常常发现自己被采访经费困扰。《时代》巴黎首席记者则抱怨道，杂志社正在减少海外事务的报道。结果也正是如此，这本以严肃著称的杂志在2001年的大部分时间里正在失去其全球性、富有智力性的视野。

现在，从AOL-时代华纳到维亚康姆再到NBC的母公司通用电气，老板们慷慨得令人感动。NBC的新闻主播汤姆布罗考（Tom Brokaw）乐观地相信，“9·11”事件可能会使国际新闻重又回到中心位置，每个人都开始深入思考全球化的问题了。但是，丹·拉瑟的乐观态度却谨慎得多，他不知道公司的慷慨会维持多久，是否很快又回到追逐利润与收视率的年代。

在20世纪60、70年代辉煌无比的前《纽约时报》记者大卫·哈伯斯塔姆度过了痛苦的90年代。这个热衷于重大事件的杰出作家，始终拒绝去写闹剧式的90年代题材（比如硅谷传奇）。他在内心深处怀念那个更加严肃的时代，被战争、混乱考验的时代。那个时代的伟大新闻人是受人尊敬而非取乐的。人们依靠克朗凯特的“新闻60分”了解世界，通过詹姆斯·莱斯顿的专栏体验政治的乐趣。詹姆斯·莱斯顿在1991年出版的自传中回忆50年来新闻业的变化时同样充满怀旧色彩地说，他们年轻时阅读的是沃尔特·李普曼的《道德序论》，而现在的年轻记者则衷情于《今日美国》创始人艾

伦·纽哈斯(Al Neuharth)的自传《一个狗娘养的自白》。对于昔日的过分眷恋与美化，是每一个人都可能犯的错误，但它也的确映衬了时代的改变——一个严肃得刻板的时代正让位于更轻松的岁月。

“9·11”事件很难重新让一头扎向娱乐化的新闻业真正回头。这不仅因为从前单纯的新闻机构变成了庞大的媒体公司，更因为我们的世界、人们的心理已经不可掉转地改变了。看看今天主持美国三大电视网的新闻主播们吧，CBS的丹拉瑟已经70岁，ABC的钱宁斯63岁，NBC的汤姆·布罗考62岁，他们三个或许是美国新闻业残存的具有克朗凯特时代风格的严肃新闻主播，他们的最终离职将最终切断新闻业与往日光辉岁月的联系……

# 文艺杂志的理想

1993 年，《纽约客》（*New Yorker*）的新主编蒂娜·布朗（Tina Brown）在大胆引入青春、嬉皮风格后，仍无力地看到《纽约客》的读者群在年收入 6 万美元、45 岁上下的群体中执着地徘徊——它不能满足老板士毅·纽豪斯寻求更富有、更年轻、更具广告价值的阅读对象的要求。

抱怨则相伴而生——“我们希望在这里读到别的地方无法提供的东西。”一直以来，《纽约客》在提供什么？哈罗德 罗斯（Harold Ross），一位经典的、不拘礼节的乡巴佬，却要命地迷上了纽约风格。20 世纪 20 年代的纽约，正致力于取代伦敦，成为新的世界中心。无线广播、电影、T 型车、华尔街的牛市使 20 年代的纽约生活富足、喜气洋洋。如果你愿意寻找个性与忧伤，可以尽情沉醉在爵士乐与菲茨杰拉德的小说里……在哈罗德·罗斯看来，纽约的城市生活让正在消失的村镇式美国相形见绌，后者是辛克莱·刘易斯（Sinclair Lewis，美国著名作家）笔下的《大街》——乏味、暗淡、偏狭……

于是，罗斯——这个喜欢在阿尔贡京饭店中与专栏作家、记者们聊天、打牌、开一些低俗玩笑的家伙，最终在 1925 年出版了《纽约客》杂志——一本着力描绘纽约新兴文化生活的周刊，它极力强调一种新颖的幽默感。对于自己略显土气的长相耿耿于怀的罗斯觉得，幽默感是大都市的象征。

没有人比 E·B·怀特与詹姆斯·瑟伯（James Thurber，美国著名的幽默作家和漫画家）更能彰显《纽约客》的气质了。前者总是略带忧伤，力求文字尽善尽美，而后者则深谙嘲讽能让世界变得更富有趣味。当面对越来越庞大、复杂的世界时，一颗敏感、羞涩又略带骄傲的心灵该怎么办？《纽约客》继承了法国人蒙田的气质——承认自己的弱点，并一笑置之。

《大西洋月刊》、《哈泼斯》（*Harper's*）、《纽约书评》（*The New York Review of Books*）、《泰晤士报文学增刊》（*The Times Literary Supplement*）、《纽约客》，这样的文艺性杂志姿态各异，关注的方向或偏于思想，或偏于文学艺术，甚至政治，但它们无一不突破了狭隘的专业限制，将视野扩大至整个知识领域。你可以称它们为知识分子杂志，但是它们又摒弃了学院派的艰涩与狭隘。文化发明的过程，是人类摆脱野蛮的过程，是理性取代偏狭的过程，也是摆脱了物质困扰的人们寻求心灵慰藉、满足永无休止的好奇心的过程。

《纽约客》成熟的过程就是纽约与纽约市民成熟的过程，同样也是美国从欧洲人口中的“野蛮人”变为在世界文化中占据领先位置的国度的过程，《纽约客》无与伦比地展现了纽约成为国际化都市的过程。《纽约客》的订户们一方面在这里看到了世界的急剧变迁——广岛原子弹报道、卡西尔的环保主义作品《寂静的春天》、微软的反托拉斯官司等，同时也在这本杂志中看到了人类亘古未变的情感——爱、欲望、权力、孤独、荣誉、勇气……76 年以来，《纽约客》始终从一种充满温情与善意的嘲讽的角度来观察世界与我们自己。

综合性文艺杂志不仅给我们提供了无比丰富的知识，更重要的是，它们以一种独特的视角来提醒我们，在这个如此

庞杂无序、纷纭变幻的世界中，我们如何保持自己头脑的完整与内心的湿润。而这些杂志的读者们，正是这个世界上一群过于敏感的人们，他们无法与强悍、高速运行的世界进行更正面的交锋，他们喜欢寻找安逸的角落躲藏起来，半是自怜、半是充满优越感地品尝自己的孤独与智力上的骄傲。

今日的中国同样处于一个高速变迁、意欲极力融入全球文明的时代。在旧日的观念被抛弃之后，在目不暇接的变化令人疲惫的时候，中国新兴的读书人渴望有相应的杂志能够满足他们的好奇心，并抚慰他们与周围格格不入的窘迫的孤独感。

《读书》杂志曾经在 20 世纪 80 年代的中国充当了这个范例，它同时被学院派知识分子与高三学生所热情地接受。如孩子般兴致勃勃的沈昌文，将无限的好奇精神与知识分子的启蒙责任感巧妙结合在一起。倘若这种精神可以延续下去，它有可能升华为一种更为宽阔的视角与更富艺术性的表现力，并有潜质最终成为一本具有国际水准的文艺杂志。但是乏味的、往往是空洞的后现代术语最终主宰了它，今日的《读书》杂志看起来更好像是一本技术性读物。

迅速夭折的《书城》成为 20 世纪 90 年代末的一个有趣的代表。批评者们用“白领读物”、“小资读物”来指责它。煽情与滥情的确是这本杂志无法忽略的弱点，但是《书城》却相当成功地使自己成为 90 年代后期城市精神的表征,它比中国其他杂志都更接近于《纽约客》。《书城》涵盖了商业、文学、电影、音乐、思想、学术、时尚等领域，随意性是它的最大文体特色。当《书城》杂志将自己的编辑成本降至最低时，它的主编李韧（惟一的编辑人员，而且是兼职）也将阅读的门槛降至最低。它对稍有文化追求的人都构成吸引力，

同时由于充分的兼容性，它对于成熟的（不追求枯燥的）知识分子同样也构成吸引力。它的庞杂选材范围满足了读者的好奇心，它对于城市文明的不自觉的热爱与抒情，极大满足了急于赋予自己国际化身份的中国年轻人。一个受过大学教育的中国大城市青年，怎么会不喜欢在杂志里看到哈佛大学的图书馆和巴黎的咖啡馆、领略奥格威的广告魅力和德鲁克的管理艺术呢？当然，过于低廉的编辑经费与过于短暂的生命，同样没能让《书城》摆脱消费感与肤浅化的倾向。

只出版过三期的《大视野》谈不上具有任何实质性的影响，它普遍让人回忆起《书城》。这本杂志的令人赞叹之处是它对精致设计的追求与近乎恬不知耻地大量引入西方最佳杂志文章的举动，以及张扬地标榜自己为新文明精英的姿态。形式上的突破，是它最易于被记住的特点。

《书城》与《大视野》的夭折，暗示出中国媒体投资者陈陋的心态与粗鄙的投资眼光。他们不知道，中国融入世界的过程必然催生出更年轻化、时尚化与国际化的读者群。这群读者急需确立他们的身份标志，他们不仅仅需要《时尚》杂志，或是一本中国的《时代》，更需要一本可以满足他们文化需求的、富有温情的读物。

《万象》或许是这块阵地上最后的旗帜。尽管在表现力与视野的宽阔程度上，它要落后于《书城》，也尽管它对于老上海喋喋不休的怀旧可能会让人厌烦，但是《万象》还是敏锐地捕捉住了人文情怀中偏于软弱的一面，这令它在没有完全变得技术化的文人中寻找到呼应。在旧闻轶事中，读者们躲避了现实的乏味与锋利。这本带有典型的遗老遗少风格的杂志的成功，更多是因为它是一片凋零的文艺杂志市场上的惟一幸存者。这种地位赋予它即使不是什么好杂志，也不是

一本“最坏的杂志”。如何更勇敢地自我更新，是《万象》杂志发展的关键。当然，这其中所涉及的不仅有编辑者自身的问题，更有体制的问题。

不管是《读书》、《书城》、《大视野》还是《万象》,它们都不可能获得多么巨大的商业成功，《纽约客》的读者调查表明了这一点。但是，它们却又在我们的生活中扮演着令人吃惊的角色。只要人性中温情与柔软的一面没有消失，只要这个世界上依旧有那些“即使在人群中也倍感孤独”的人存在，这些杂志就有理由继续存在下去。但对于今日已发生巨变的中国来讲，这样的杂志可能会成为更为激动人心的变革者。

一种文化已经死亡，而另一种文化尚未形成。乡村式的、狭隘的、封闭的、单调的中国，正在演变成一个全球化的、消费性的、丰富多彩的中国。哪本杂志试图承载并指引它的变化，试图以更深层次、更接近灵魂的方式向读者传达信息，哪本杂志便会获得独一无二的成功。文艺杂志的理想，其实不过是哲学家、文学家、经济学家、首席执行官们理想的综合体，它会被那些杰出的编辑们赋予一种人文色彩。

笔者承认这种归纳浮华而令人吃惊，但是谁能说一本伟大的杂志不意味着一场伟大的变革呢？

# 圣徒威廉 · 肖恩

在评价 E · B · 怀特的一部书信集时，《纽约时报书评》提到了一张《纽约客》的作家群像(读者们很少能见到)："……从照片上看来，他们一个比一个忧郁腼腆，一个比一个眉头紧锁、态度畏缩，一听到细微的声音便如惊弓之鸟，平常则处于蛰伏状态。"

没有人比怀特更能代表《纽约客》在 20 世纪 30、40 年代的风格了。这个一参加公众活动就头昏脑涨并且胃痛的男人，轻而易举地在文字中寻找声音、维度、旋律的完美搭配。幽默感、敏锐的紧张、孤独的忧伤、脉脉温情、行云流水……这些词汇似乎都不足以说明怀特的风格，怀特知道如何这些元素比例协调地搅拌在一起，他一生都在推敲这种分寸感——左右彷徨、小心翼翼。怀特无法创造宏篇巨作，这不仅因为才华与韧性的欠缺，还因为他令人绝望的完美主义所致。不过，如果一个人能够将给送牛奶人的信写得令很多作家彻夜不眠而写出的作品黯然失色的话，那他也不该抱怨什么了。

当威廉 · 肖恩在 1935 年成为《纽约客》的一名编辑时，这本以幽默感见长的文艺杂志正在走向第一个繁荣期。从某种程度上来讲，它仍是喧闹的 20 世纪 20 年代美国的产物。当哈罗德 · 罗斯在打桥牌的搭档弗雷西曼的资助下于 1925 年创办《纽约客》时，前者的志向是记录正在蓬勃兴旺的大都市文化，包括令年轻人陶醉的爵士乐、百老汇歌舞剧等，当然还有罗斯与那帮记者、明星、艺术家们在阿尔贡京饭店

里那些有趣甚至有些不无低级的玩笑。

喜欢在办公室里吵吵嚷嚷的罗斯具有天才鉴赏力。他有时粗俗的举止不妨碍他写信给尚未成名的年轻作家弗兰克·奥哈拉（Frank O'Hara，纽约派重要诗人）"我不知道你未来会怎样，但如果我是你，我会一直坚持下去。"所以你可以想像罗斯发现怀特时的惊喜，他可能隐隐意识到这个家伙正是急于确立自己独特风格的《纽约客》所需要的人，怀特与他最著名的追随者詹姆斯瑟伯一起缔造了"纽约客"文风。

威廉·肖恩要命地喜欢《纽约客》，所以当这位 26 岁的年轻人从欧洲归来后，就加入了它。他喜欢写作，但肯定缺乏怀特那样的才华，所以在短暂地为"本镇絮语"栏目撰稿后，罗斯让他当了编辑。因为谁都看得出来他的头脑是多么清晰，多么善于看出文章的弱点所在，并教导作者修改。

沉默寡言却敏锐而勤奋的肖恩成了热衷于更换编辑的罗斯的最得力助手。前者几乎每天工作 18 个小时，每周工作 7 天。作家莉莉安·罗斯在 1945 年去《纽约客》求职时注意到执行主编（managing editor）肖恩满脸孩子气，迟疑地不知该问些什么。他穿白色的衬衫，系蓝黑色的领结，着灰色外套，每个钮扣都扣好。对于 E·B·怀特仰慕之至的莉莉安并不清楚对面这个人是谁，但是他的安静、绅士风度与通常充满吵闹声和烟雾弥漫的编辑室内的编辑们截然不同。但正是这个安静略显胆怯的人，帮助哈罗德·罗斯将《纽约客》由一本较纯粹的幽默文艺杂志转向更宽阔的领域。

1945 年，肖恩说服罗斯用一整期《纽约客》刊登了约翰·赫赛长达 31247 字的文章《广岛》，这篇卓绝的报告文学描述了原子弹爆炸的威力与被这种恐怖力量摧毁的居民的命

运。它不仅成了新闻史与文学史上的一篇标志性作品，也成了《纽约客》的转折点。《先驱论坛报》评论说，这本杂志已经摒弃了“习惯的谐噱、讽刺与漫画式的传统”。它获得了巨大的成功。

詹姆斯·瑟伯在回忆录中说“倘若没有肖恩的艰苦工作与经常性的建议，罗斯是无法创造在二战期间精彩绝伦的编辑成就的。”到 1952 年罗斯去世时，几乎没有人会怀疑 43 岁的肖恩是必然的接班人，正如当时的编辑吉尔所说：“我们不可能认为还有别人可以接受这个位置。”

罗斯固执地认为，杰出人士必须遭受宠爱与纵容，所以《纽约客》的编辑部内充斥着一些神经兮兮的大孩子，他们随时可能翻脸，也随时可能做出奇怪的举动。E·B·怀特在其盛年离开了一手缔造的《纽约客》，因为他想一个人清静清静，类似的奇特行为还发生在后来的 J·D·塞林格（J.D.Salinger）身上……肖恩却在这群刻薄而敏感的艺术家与作家中获得了几近一致性的尊崇。

成为《纽约客》总编辑的威廉·肖恩先生看起来依旧是一个不折不扣的小人物，尽管他编辑着一本或许是英语世界中最杰出的杂志。他的身材矮小且毫无吸引力，他从不过夜生活，他认为一顿丰盛的午餐不过是在阿尔贡京饭店的“罗斯厅（纪念哈罗德·罗斯）”点上一杯橙汁与一份燕麦片。他还受不了自动电梯，多年之后《纽约客》的办公楼依旧专门为他保持一架人工的电梯。

当 25 岁的年轻作家韦德 梅塔第一次与威廉·肖恩通电话时，他甚至不知道对方是谁，尽管他是如此崇拜《纽约客》因为肖恩从不允许自己的名字刊登在杂志上，作为他倔强性格的反映，他从不在《纽约客》上刊登自己的电话。除了向

大学生不打折扣外，它也不怎么在乎广告商。肖恩先生也尽量避免谈论自己，除了他最亲近的朋友，没人知道他的出身状况。与 E • B • 怀特一样，他不接受采访，只是偶尔会接受演讲的邀请，不过只有在说到那句“我在芝加哥长大”时，他才言语流畅。

在哈佛念书的韦德 · 梅塔有一次与同学曾在校园里遇到肖恩一家，他觉得他们一家仿佛来自小人国，他们是那么不起眼。他多么希望告诉身边的同学，这就是编辑出《纽约客》的人。

肖恩与罗斯太不相同了，这种差异之大类似于后来的蒂娜 • 布朗与肖恩。肖恩也喜欢幽默，但是幽默在肖恩时代却已不再是《纽约客》的标签了。一方面是因为那一代杰出的幽默作家 E • B • 怀特与詹姆斯 · 瑟伯都已老去，新一代还无法把握住他们的神韵；另一方面，肖恩个人比罗斯更具有严肃的社会意识。正如 E • B • 怀特曾写道的，罗斯是 20 世纪 20 年代的产物，那是一个喧闹的年代，而肖恩则是 30 年代的产物，那是人们在街头兜售苹果的凄惨岁月。

《纽约客》在肖恩的年代除了保持了固有的文学成就外，它更变成了探讨严肃社会议题的舆论领袖。当然，肖恩从来不把自己当作领袖看待，他愿意把自己知道的一切和他的作家与艺术家们分享。后来成为他终身的亲密伴侣的作家莉莉安 · 罗斯说，肖恩是一个诗人与小说家，并终身保持着对写作的渴望，但当他成为编辑后，他便将这种才华完全贡献给了他的作家，所以他比别的编辑更能体会到当作家的障碍与欢欣。他是那么的低调，他称所有的人为“先生”，并保持着父亲般的奉献精神，很多《纽约客》的作家们在其著作上写明‘献给肖恩先生’。韦德 · 梅塔在刚开始为《纽约客》工作

时，发现肖恩先生竟然会在任何时刻都耐心地给他打电话，为了一个不那么重要的细节而反复讨论，这使梅塔觉得似乎肖恩只对他这一名作家负责，他常常怀疑肖恩怎么会有那么多时间去与那么多作家进行类似的交流。

肖恩的完美主义使《纽约客》成了新闻界的“奥林匹斯山上的宙斯”。很多稿件都是经过一年以上的反复修改之后而完成的。尽管一些作家抱怨终稿失去了最初的神采，但这的确将错误减少到最低。肖恩将一本杂志推向了它不应该具有的位置——它甚至比书籍更耐读与准确。美国的几代作家都知道，成名的最简洁方式是在《纽约客》上刊登作品。你可以想像23岁的杜鲁门·卡波特（Truman Capote，美国著名作家）因为在《纽约客》上发表小说就名扬四海了吗？就像韦德·梅塔回忆的，你在这本杂志上发表文章，就意味着你被广泛地谈论。约翰·厄普代克（John Updike，美国现实主义文学大师）、菲利普·罗斯（Philip Roth，美国小说家）、J·D·塞林格等，战后美国最好的作家们都与它保持着密切的联系。塞林格称肖恩是“最不可思议的天才艺术家编辑”。

从1945年的《广岛》报道之后，肖恩继续使《纽约客》保持着社会良心的领导角色。尽管他从来都是那样温和，但却暗暗使《纽约客》承载了教育的使命。20世纪60年代初，杂志发表了著名黑人作家詹姆斯·伯德温关于黑人凄惨命运的小说，成为民权运动中最著名的篇章之一；雷切尔·卡尔森（Rachel L.Carson，美国生物学家）的作品《寂静的春天》也是最初在《纽约客》发表并掀起了环保主义风潮的。一次，肖恩邀请政治哲学家汉娜·阿伦特（Hannah Arendt）为杂志撰写关于极权主义的文章，后者则担心这样的题目是否对读者来说太艰深了，但我们的肖恩先生则用他著名的缓慢语气

回答说“不,他们需要读这些。”

在文学形式上，肖恩则加强了《纽约客》“文学性新闻（literary journalism）”的影响力。1965 年，杜鲁门·卡波特在此发表了纪实性小说《冷血》。这部以一桩离奇的凶杀案为题材的冷静而富有想像力的作品，除了给卡波特带来巨大的荣誉外，也使“新新闻写作”成为 20 世纪 60 年代最有影响的文学与新闻界的变革。

肖恩以他的谦和与创造性赢得了几乎一致性的尊敬。普通读者依旧不知道威廉·肖恩是谁，但是在文学界与新闻界，他则是圣徒的象征。正如汉娜·阿伦特评价道“行为与判断有如圣人，肖恩具有完美无瑕的道德尺度。”

当不知深浅的汤姆·伍尔夫(Tom Wolfe）以肖恩为题撰写了人物特写《小不点木乃伊》并准备发表在《先驱论坛报》时，肖恩写信给《前驱论坛报》的发行人约翰·海·惠特尼，请求压下这篇稿子。伍尔夫的编辑菲尔克公开了这封信。文章发表后，整个新闻界以前所未有的庄严感自发地向沃尔夫展开了全面的讨伐。约瑟夫·阿尔索普、莫利·开普顿、奈特·汉多夫公开诅咒这篇文章；德怀特·麦克唐纳（Dwight Macdonald，文学批评家）则在《纽约书评》上发表文章，攻击伍尔夫；沃尔特 李普曼丝毫不讳言地说他视沃尔夫为“一头无能的驴子”；已经退隐的 J·D·塞林格用一封只有一句话的电报向惠特尼开火，宣布将与这件事有关的所有人永远为敌。据说菲尔克因其所作所为被世纪俱乐部拒之门外〔这是对他的罪行的正当惩罚〕，而《先驱论坛报》在此事后不久确实关门倒闭，《纽约客》则卖出了比往年多得多的广告。

美国新闻界在 20 世纪 70 年代迎来了类似于 20 年代的重大变革。随着越来越多的媒体公司将自己推向华尔街，新闻

业的纯真年代结束了。媒体不再仅仅是编辑记者们的手工品，它更被股东与盈利需求所左右，但肖恩主持下的《纽约客》却似乎依旧保持着哈罗德·罗斯时代的单纯。罗斯对于编辑人员的溺爱简直令人难以想像，他从不允许经营部门走进编辑部的大门，似乎也从不考虑他的商业合伙人弗雷西曼的感受。如果《纽约客》赚了更多的钱，那么就必须提供更好的报酬给作家们。强势的罗斯使弗雷西曼无可争辩，但随着杂志的成功，后者也的确赚了更多的钱。到了弗雷西曼的儿子彼得·弗雷西曼与肖恩搭档时，前者对后者的尊敬犹如儿子之于父亲，没人质疑这是一本以编辑部为核心的杂志，或者说这是一本肖恩个性的杂志。肖恩几乎一个人完成所有的工作，他很少考虑是否该把工作分给别人。当小弗雷西曼在 1974 年的股东大会上被人问道“肖恩先生是否有副手时”，这位发行人不能肯定地支吾道“我想他没有”，他的确不了解编辑部的情况。

肖恩自己也清楚《纽约客》杂志多么与众不同，它从不需要取悦市场，也没有经营的压力，并且它还盈利，且利润丰厚。在 20 世纪 70 年代中后期致编辑人员的一封信中，肖恩承认，《纽约客》的编辑部简直是在一种完全理想的状况下运行的。别的地方是以商业分析为导向，而这里完全是另一个极端。而在此之前与在此之后，这种情况都不可能得以维系。当越来越多的人为肖恩之后的《纽约客》担忧时，肖恩却没有做好寻找接班人的工作。他挑选了年轻的编辑乔纳森·秉汉姆作为继承人，但后者虽是一个杰出的记者却非一名好的主编。他刻意模仿肖恩，却不了解肖恩的真正魅力所在，这个试探性的任命在一片抗议声中夭折。

到了 20 世纪 80 年代，《纽约客》面临着一个越来越严峻

的生存环境。媒体世界已经变得庞杂无比，电视而非过去的印刷品才是核心力量。人们也越来越追逐有趣的东西，在1974 年创刊的、以电视明星为报道对象的《人物》（*People*）杂志大获全胜。《纽约客》严肃的报道方式虽然依旧盈利，但是利润却越来越微薄。早在 1974 年它的销路已跌至每期 48.5 万份，1983 年虽增至 51 万份，但 1 年以后又跌至 50 万份。

所以在 20 世纪 80 年代初，关于《纽约客》将被出售的传闻已经出现。贝克夏投资公司的沃伦·巴菲特与福特基金会的负责人麦乔治·邦迪都曾私下与肖恩联系，倘若出现意外，他们愿意出资帮助肖恩，以延续《纽约客》的传统。肖恩婉言谢绝，并从未将此事告诉发行人彼得·弗雷西曼。

但最终彼得·弗雷西曼还是抵制不住纽豪斯出版集团 1.42 亿美元的出价。1985 年，以出版小报与空洞的时尚杂志为主业的士毅·纽豪斯拥有了他垂涎已久的《纽约客》。这项交易最初并未激起肖恩与其他作家们的愤怒。因为纽豪斯已经信誓旦旦地承诺将继续保持《纽约客》的传统，他还公开宣称肖恩是他的精神导师之一。而肖恩也一直对士毅·纽豪斯不无好感，他觉得在 20 世纪 60 年代时自己曾在某个俱乐部见过这个孩子。而他的信心也体现在当期的《纽约客》中。他破例在杂志上写道：“《纽约客》商业经营的所有权或可以易手，但是《纽约客》的基本构想——《纽约客》的传统、《纽约客》的精神——从来不曾为任何个人所拥有过。它是不能被买卖的。它存在于许多作家、艺术家、编辑和编辑助理们的心底深处，他们为了文学、新闻、美学、道德原则的共同理想而结合在一起工作。”

但肖恩显然是过于乐观了。他已经 76 岁了，是世界上最年长的主编，尽管他的头脑依旧敏锐，但一些人或多或少觉

得他已经有些不合时宜。他们批评他将《纽约客》变成了一个老友俱乐部，他不舍得解雇与他相伴多年的作家与艺术家，为了照顾他们，他不得不发表一些已经不再受欢迎的作品。杂志的销量与广告额继续下降。

在 1987 年 1 月的一封公开信中，纽豪斯强迫肖恩在当年 3 月 1 日退休，并选择格特利布而非肖恩推荐的查尔斯 · 麦格拉斯（Charles Mcgrath）作为继承人。这个令人震惊的声明,使肖恩感觉到一种背叛感。比肖恩更愤怒的是《纽约客》的 150 多名艺术家与作家。一种类似于亚特兰蒂斯岛沉没的绝望感扑面而来。整整 35 年来，肖恩指导着《纽约客》有条不紊地运转着，他几乎要克服年龄的障碍，似乎要将这种指导永久性地持续下去，因为人们暗暗意识到，那是肖恩的职位，会有合格的继承人出现吗？

那次发生在《纽约客》总部的抗议成了全美新闻报道的中心。同情《纽约客》作家群的媒体哀叹这是“一个时代的终结”，而反驳者则相信，这是再自然不过的人事变更了，那些抗议的作家们是一群被宠坏的孩子，实在不够成熟。理查德 · 科恩（Richard Cohen，《华盛顿邮报》的著名专栏作者)在《华盛顿邮报》刻薄地写道“:《纽约客》的作家,其中一些你可能认为早已死掉了，其他一些作家则像逝去的人一样写作，他们抗议肖恩被突然性地替换了—— 经过仅仅 35 年之后。”

纽豪斯的举动使肖恩最后两年的任期看起来像是一个过渡,他在 1985 年表达的对肖恩的推崇似乎完全是为了稳定人心。但是据莉莉安 · 罗斯回忆，肖恩从未责怪过纽豪斯，他对后者依旧充满着某种父亲式的情感。肖恩的告别书弥漫着一个 79 岁老人的伤感，并暗暗地流露出他所推崇的那些品质

正在变得不合时代节拍："在这混乱的时刻里，我五味陈杂而茫然不知所措，几乎静不下心来和诸位道别……我们用诚实和爱心完成了我们的工作。《纽约客》……，曾经是最高雅的杂志，或许可以称它是空前最伟大的杂志，但是这份工作上的成就比起我与诸君之间的情谊，它的意义变得微不足道。真正最重要的，在于你我曾经共同工作……，我们曾经不断地努力，试图发觉事实、传播真理。"

在与肖恩长达半生的相处中，莉莉安·罗斯发现这个男人总是被一种死亡感压迫着，他很少有放松感，他必须时刻通过工作来对抗死亡对他的召唤。他有自己的妻子与两个孩子，他的家人与朋友知道他与莉莉安的情人关系，因为他与她都不喜欢虚伪的隐瞒。他热衷于音乐，他的家是《纽约客》作家们喜欢去的地方，他为客人们弹钢琴。在他年轻的时候，他的音乐天赋使他成为《纽约客》作家聚会时的明星。他几乎从不外出渡假，书桌是他自认为最好的休息场所。

现在他退休了，他的确有点兴奋地重操旧业，他开始写作剧本。35 年以来，肖恩先生与《纽约客》紧紧相连，后者诱惑与吞噬了他的全部精力与时间，而他本人也成了新闻史上最温柔、最伟大的独裁者，一些作家声称竟然在他身上发现了丘吉尔式的特质。

但一直到 1992 年 12 月 8 日死亡之日降临前夕，肖恩还打算与新总编蒂娜·布朗一起探讨《纽约客》的未来。在格特利布继任后，杂志的销量与广告依然不见起色。肖恩甚至一直期待纽豪斯能够再次询问他的意见，他随时准备再次投入全部精力帮助这本杂志。当以拯救《名利场》（*Vanity Fair*）而著名的蒂娜·布朗继任格特利布之职时，纽豪斯已准备要完全抛弃肖恩那一套了。但肖恩对他的继任者并没有发表过

任何负面的评价，他总是期待能够提供自己的帮助，但从未有人问过他。

1992 年 10 月 5 日，在蒂娜 · 布朗主编的第 1 期《纽约客》的封面上出现了朋克的形象。这已是一个令 85 岁的肖恩不安的世界了，人们寻求的是明星、刺激而非隽永的文字天堂，今日的主编追求的是将自己包装成明星，而非兢兢业业地为作家服务。那些羞涩、敏感、莫名其妙的同辈们已经离去，E · B · 怀特、詹姆斯 · 瑟伯都已不再，而 J · D · 塞林格也躲进了森林中不愿出来。只有跟他们在一起，肖恩先生才能感到从容。

2002 年的《纽约客》依旧是一本美妙的杂志，依旧令人尊敬，它甚至在 2001 年的国家杂志奖中获得了 5 项大奖。但是谁都清楚，它不可能再像肖恩时代那样无可匹敌了。正如肖恩自己都承认的，他任期内的《纽约客》，没有前人，也不可能被延续。

# 重要，却不够伟大

危机可能造就英雄，也常常将平庸人物推向与其并不匹配（甚至自己都不知晓）的地位。在 2001 年 9 月 10 日还被纽约的媒体讥笑的朱利安尼在一天后就成为了全美国的英雄。他在最后任期的几个月让自己成为《时代》的年度人物，并常常被公众可笑地推向与丘吉尔、罗斯福、甘地、马丁 • 路德 • 金并列的地位。托玛斯 • 弗里德曼先生成为了新闻界的朱利安尼。没人怀疑弗里德曼先生的才华。作为《纽约时报》的记者与专栏作家，他已经获得了两次普利策奖，他关于中东问题的著作《从贝鲁特到耶路撒冷》与全球化研究著作《凌志汽车与橄榄树》引起了广泛的注意。但是在 2001 年 9 月 11 日之前，他只是专栏作家星群中还算闪亮的一颗。他每周两次的关于中东问题的专栏值得一读，却并非必须。

而现在，只要是弗里德曼先生说话，全美国（包括整个中东地区）都在倾听。没有一位记者或学者（包括普林斯顿大学令人尊敬的中东专家伯纳德 刘易斯）比这位 47 岁的资深新闻人更能阐述陌生的伊斯兰世界：它们为何对美国敌意重重？美国人做对了什么，又做错了什么？……他吸引了从知识界人士到普通美国人的注意力，所以当时任美国国家安全顾问的赖斯听说他要采访她时，根本没有犹豫就接受了。而沙特阿拉伯王储阿卜杜拉是通过弗里德曼的专栏来表达自己的中东和谈建议的。布什与朱利安尼勾起了人们对伟大的战时领袖的回忆，而弗里德曼则多少令人想起专栏作家的黄

金岁月，那是沃尔特·李普曼通过“今日与明日”专栏影响外交政策的光辉年代。但显然这两种联想都充满了幼稚，至少在我们的时代，“伟大”已不可能再现了。

美国式的政治专栏出现于 20 世纪 20 年代，《纽约先驱论坛报》的马克 沙利文、《巴尔的摩太阳报》的弗兰克 R·肯特是其中的先驱。正如每一部新闻史都写道的，从 19 世纪后半叶到 20 世纪的前 20 年，美国新闻业被普利策与赫斯特的品位所左右。这同样也是美国历史上的野蛮期之一，美国由乡村式国家转型为城市型国家，掠夺、痛苦、浮躁、丑陋充斥着这个年轻国家。煽情的战争新闻、黄色报道与黑幕揭发运动因准确地契合了民众不满的心理而大受欢迎。政治显然还远离美国人，政府组织依旧像托马斯·杰斐逊所坚持的，小得不能再小。令西奥多·罗斯福（1901 年～1908 年美国总统）所愤愤不平的是，美国并未伴随其财富的增长而变成一个强大的国家，孤立主义传统深厚的美国民众根本对国际事务不感兴趣。所以，20 世纪 20 年代的政治评论的受欢迎程序很难与 H·L· 门肯嘲弄日常生活的评论相媲美。

苏格兰哲学家托马斯·卡莱尔认为卢梭是“作为英雄的哲学家”，罗伯特·彭斯（Robert Burns）是“作为英雄的诗人”，因为他们都以一己之力开创了全新的疆域。那么，沃尔特·李普曼一定可以被称作是‘作为英雄的专栏作家”，他奠定了现代政治评论的格局，缔造并主宰了专栏作家的黄金时代，他的生前与身后都无人匹敌。

在李普曼于 1931 年开始写作“今日与明日”专栏时，美国新闻界还未出现过这样一位完全不像新闻人的天才人物。在哈佛上学期间，威廉 詹姆斯（W.James，美国心理学大师，哈佛四哲之一）常请他喝下午茶，西奥多 罗斯福称他为“全

美最富才智的青年”，他的同学约翰·里德（20 世纪初最著名的美国记者）称他为“未来美国的总统”；毕业后，他成为黑幕揭发运动的健将林肯·斯蒂芬斯的助手，然而一年后他便对此心生厌倦；在 24 岁那年，他出版了第一部政治分析著作，结识了英国的布鲁斯伯里团体中的凯恩斯、肖伯纳与韦伯夫妇（伦敦经济学院的创造者），他还说现代舞蹈先驱邓肯的表演“充满可笑的幼稚”；一年后，他参与创办了著名的自由主义杂志《新共和》，并成为不可替代的副主编；一战爆发使他弃笔从戎，成为威尔逊政府最年轻的顾问之一，并参与起草了“和平建议 14 条”；1922 年，他开始出任全美最大的报纸《世界报》的社论版主编，并以略显深奥但神采飞扬的文笔为自己赢得了尊敬，成为 20 年代美国的明星人物之一。

在度过了将近 20 年的写作练习期之后，李普曼于 1931 年开始通过评论国际事务来阐述美国与新世界应扮演的角色。他嘲笑罗斯福新政，鼓舞美国参与二战，分析了马歇尔计划与杜鲁门主义，宣称动荡的亚非拉国家人民“需要被统治”；他在厨房里与赫鲁晓夫交谈，说肯尼迪的遇刺使他的内心更加寒冷；在他生命的最后岁月里，他坚定地站在反越战这一边，令他的老朋友林登·约翰逊大为光火……李普曼几乎与美国政府一同崛起，罗斯福新政使美国变成了一个大政府，它开始无所不干预，然后它又掌握了全世界的霸权……而当李普曼说话时，全世界都在倾听。那些渴望赢得美国好感的国家元首都渴望被李普曼采访，他的好话意味着它们将在全球几百家重要媒体上发表，他在美国拥有 1000 万读者——他们是美国最精英的势力。在其 20 世纪 50 年代的日记里，这位不苟言笑的人匆匆地写道，希腊首相、埃及总统不过是泛泛之辈。而新政府的驻外大使在上任前，都渴望听到

他的教诲。每一任政府都尽量不去激怒德高望重的李普曼先生，正像大卫·哈伯斯塔姆所说，有一个不成文的说法是，李普曼影响莱斯顿（《纽约时报》专栏作家），莱斯顿影响新闻界高级决策人，他们又影响广播与电视，而电视则直接影响公众情绪……

所以当李普曼于20世纪60年代终止了持续了30多年的“今日与明日”专栏时，他的大量读者有点茫然失措。李普曼的传记作者罗纳德·斯蒂尔不无夸张地评价道，整整几代人依靠李普曼的专栏指点外交事务的迷津，他的退休使这一传统突然中断。

媒体在李普曼去世后继续蓬勃兴旺，一代代专栏作家兴起，包括倍受尊敬的詹姆斯·莱斯顿，但没人能够达到李普曼的影响力。我们只能将此归咎于李普曼的不世才华。他根本不是一位新闻工作者，他也从没有看得起自己的职业。几十年来，李普曼有条不紊地起床，从容镇定地写作。他看不起刻意得到的“独家新闻”，也不相信“时间性”有什么意义。他没有普通记者的廉价好奇心，在他眼里，世界从来没有什么新鲜事，一切都预演过。罗纳德·斯蒂尔曾猜测他本来应该成为一名哲学家（就像他的老师亨利·詹姆斯与乔治·桑塔亚纳），或者干脆是一名数学家——他的头脑生就有一种“删繁就简”的能力，能够穿透事物表面的迷雾直击本质。当然，这并不意味着李普曼不会犯错误。事实上，他常常犯错误，至少他低估了富兰克林·罗斯福的能力。人们倾听李普曼不是因为他的预测能力，而是他不动声色地分析事物的方法与冷静的气质，这种气质配上他广博的眼界就会有令人瞠目的效果。他一边在谈论新政的弊病，一边又与凯恩斯与哈耶克讨论自由主义的前途。他具有政治家的心胸与哲学家

的眼界，这使他完全超越了新闻学范畴。

除了天赋，李普曼还赶上了一个好时机。1931年的美国政府仍幼稚得可笑，当时马歇尔将军的助手艾森豪威尔每天需要坐公共汽车出门办事，而专栏作家也少得可怜。在这种情况下，他们彼此间很容易接近并相互影响，况且李普曼曾在政府中任职，他很容易就赢得了他人的尊敬。在接下来的几十年间，国力的强大使得他的声音被当作美国的声音而被国际社会接纳，他是世界舆论的无冕之王。他每年在家中的盛大聚会是华盛顿社交季节的开始。

托玛斯·弗里德曼能成为下一个李普曼吗？“9·11”事件是否赋予了他类似于二战之于李普曼的机会？受白宫尊敬的阿卜杜拉王子的信任使弗里德曼成为“9·11”事件后最重要的专栏作家，但他离伟大还相去甚远。像其他一些灿烂的前辈一样，一个关键问题是，他们不具备李普曼的天才——李普曼所具有的一种超然物外的精神。他们都太像一个记者了，弗里德曼报道了十几年的中东问题，这使他成了该领域的专家，就像莱斯顿成为白宫的专家一样。他们的智慧是依靠其不断的亲身实践获得的，他们是用双腿与部分大脑而非真正的智力因素写作的。弗里德曼先生说自己的秘诀是不断地旅行，与贝鲁特的平民交谈，与阿富汗的临时总统共进晚餐，这样他比美国官员获得了更多的一手资料。他的专栏流露出强烈的平民色彩，他说话直来直去，喜欢陈述事实，看不出思想的痕迹。如媒体评论家大卫·普洛兹所说，弗里德曼是典型的“时报平庸眼光”的代表。

况且，媒体过度的自我复制影响了专栏作家的影响力，他们喋喋不休地将自己的智力消耗在过多琐碎的事件上，他们都太想成为“15分钟的名人”，而非影响深远的严肃力量。

同时，政府也已经变得复杂、庞大、不可接近，媒体越来越成为一个观光客而非直接影响者，著名的专栏作家常常被政治与商业权力所诱惑，成为其中的利益集团的传声筒。

对于弗里德曼先生的过多苛评是不负责任的，他已经是我们时代最杰出的新闻人之一了。我们需要警惕的不过是放弃自我陶醉的幻像，直面我们时代的窘境。这个被碎片充斥的世界，我们缺乏真正的英雄气质，时代没有赋予我们产生伟大的领导人或是伟大的专栏作家的条件。而时刻回忆李普曼的事业，依旧是每一个试图不凡的新闻人的必修功课，它使我们保持严肃与敬畏之心，并对我们的世界与我们自己做出更理性与清醒的判断。

# 取悦他人的危险

没人比法国人蒙田更会嘲弄人性的弱点。在三卷本的散文中，他讲述了骄傲、狭隘、得意忘形、怯懦种种人性弱点，它们在伟人与平民中同样流行。人们总是容易被肤浅的情感所诱惑，藉此来抗拒“无所依从”的内心，“取悦他人的欲望”是其最明显的特征之一。普通的政治家热衷于民意，因为他们缺乏主观的判断力而愿意受公众摆布；商业精英喜欢机构排名，或是麦肯锡这样咨询机构的评估，因为他们不清楚自己追逐的目标是什么；很少有作家反感读者，但真正的作家藐视读者；即使最普通的人，也喜欢购买诸如“如何使他人欢欣”、“如何讨上司喜欢”之类的令人乏味的心灵鸡汤……

作为记载时代风尚的媒体，更容易沦为这种愿望的牺牲品。笔者听过太多关于如何“取悦市场”的计划，仿佛一个成熟的媒体人惟一要考虑的就是市场调查。这是他们很专业的表现，他们对自己的意识毫无信心，而只寄望于漏洞百出的调查问卷或是庸常的惯性意见，并拼命让自己变成读者中的一员；接着，他们开始努力让报道对象喜欢，渴望成为柳传志与刘永行们的朋友。于是，在广告与舆论倾向的彼此交换下，双方可能达成暂时的默契，在这种默契之下，正常的判断力开始退隐……

苏西·韦特劳夫，42 岁，聪明并魅力四射，是久负盛名的《哈佛商业评论》的主编，她的弱点与杰出同样突出。她

或许太自满于与杰克·韦尔奇达成的共识了，毕竟，讨全世界最著名的商业领袖的喜欢并不是每个人都能做的。在去年完成了一篇对杰克·韦尔奇的专访后，她过于开放地四处讲述了他们间可能的浪漫因素。然而她没有招致羡慕，相反其手下的高级编辑对此愤怒无比。因为谁都清楚，当一个人心怀爱慕而非用谨慎的观察视角去采访与写作时，内容的公正性就要大打折扣。发表于 2002 年 2 月的关于杰克 韦尔奇的文章是另外两名编辑的重新采访之作。这场“小小”的事故被《华尔街日报》披露出来，进而变成了一桩颇具“闲谈”色彩的新闻。首先，它涉及了世界上最著名的两家机构——《哈佛商业评论》和 GE 公司，而当事人又无一不具有明星效应，这迫使杰克·韦尔奇的发言人出来澄清说，他们只是正常的朋友关系。最终，苏西·韦特劳夫在辞职信中告诉员工：“毫无疑问，最近的争论已经使很多工作人员失去了对这家机构的信心”，所以她辞职了。

在苏西·韦特劳夫事件进行时，《哥伦比亚新闻评论》重新检点了在安然事件前前后后中媒体的表现。这家杂志不无嘲讽地说，这家公司拥有许多同谋者，包括《华尔街日报》、《商业周刊》这样的权威商业媒体，他们毫无原则地鼓吹安然公司的独创性。其实早在 2000 年 9 月 20 日，一家小杂志《德州月刊》就发表了一篇关于安然可疑的会计制度的文章，甚至到了 2001 年 3 月，《财富》杂志还发出了“安然是否被高估”的质疑。但这些零星的质疑都被淹没在啦啦队的助威声中了。在整个 90 年代，尤其是‘dot-com’风潮开始的 1995 年后，从证券分析机构、媒体到上市公司间的界线被严重消噬。你搞不清楚玛丽·米克尔到底是摩根·斯坦利的独立分析师，还是受雇于雅虎或是亚马逊；你也弄不懂《行业标准》

和它的报道对象（也是广告客户）是怎样的相互帮助关系……还有那些以严肃著称的权威媒体，它们不也放下自己板着的面孔，而成为追星族中的一员了吗？它们需要讨那些完全被繁荣冲昏头脑的公众的喜欢，大家都在谈论 25 岁的 “dot-com ”亿万富翁，所有人都相信 IPO 的魔力，所有人都相信我们将迎来一个前所未有的创新年代。面对这种热潮，你敢于提出质疑吗？这令人想起那则古老的笑话：如果打不过他们，就加入他们。

安然公司无疑反映出“ dot-com ”的后遗症。既然所有人都相信它是一家具有“伟大的创新精神与能力”的公司，那么我们就为它喝彩吧。然而，最终这种喝彩酿成了恐怖的灾难。

对于世界的一种常识性看法是：我们的社会由各种并不相同的部分组成，它们有着清晰的界限，并彼此制约与帮助。每当其中一部分过于强盛，或是彼此间界线开始模糊时，灾难就会出现。对于被卷苏西 · 韦特劳夫事件与安然事件的媒体来说，它们忘记了自己的双脚应该处于的位置。它们既不是商业领袖中的一员，也非公众，它们双脚所处的位置决定了它们头脑中的判断方向。这个简单的道理对于所有行业的人员都适用。不管你是政治家、经济学家，还是人文知识分子，或是群氓阶层（当然，他们不会思考，他们的任务只是盲从），忘记自己的职责与践越职责同样不可原谅。

当然，笔者又要重新提到蒙田，因为这个世界上没人能够做到始终清醒，人总是要犯错误，总是不由自主地想讨别人喜欢，或屈从于外界压力。那么，笔者只能将范围限制在更小的人群范围内，假定这些人试图不凡。比如说你想在中国创造一份伟大的商业报纸（它并非依据收入来衡量），那么

**你就一定要牢记，你不是柳传志们的亲密朋友（永远也不该是），你也不要被一些读者或同行意见弄得心神不宁。你要时刻记住自己最初的目标，然后遵守一些最浅显的准则——公正、诚实、勤奋、自醒，然后像一只倔强的穿山甲一样头也不回地向前走。这样做不能保证你一定会成功，但至少能保证你会赢得尊敬。**

# 访问的艺术

1956 年夏天，艾森豪威尔心脏病发作，他的私人医生保罗·怀特将在参议院委员会上就总统的身体状况接受质询。那天早晨，几乎整个华盛顿的记者都集结在参议院门口，渴望从保罗·怀特的嘴里探出一丝半点风声。结果，当记者们涌向保罗·怀特的出租车时，《纽约时报》华盛顿分社社长詹姆斯·莱斯顿与怀特一起走了出来。

这是典型的莱斯顿风格，在 20 世纪五六十年代的华盛顿新闻界，他是最耀眼的明星，他似乎永远知道如何接近核心人物，如何将捕风捉影的消息演变成实实在在的大新闻。他精通心理学，在获得一点点消息之后，便会直接打电话给消息来源处，假装知道更多的情况，对方信以为真便开始透露更多信息。

除了敏锐的直觉，莱斯顿深信成为杰出记者的关键是赢得对方的信任。他是典型的《纽约时报》人，严肃却亲切，令人尊敬。在名利场遍布的华盛顿，他告诫自己的年轻下属不要混淆记者与官员之间的界限，努力且一丝不苟地工作是最重要的。而他自己每次去白宫时，都会带上铅笔和笔记本。于是，在习惯认定新闻记者是“没有教养的低级粗俗之辈”的 20 世纪 50 年代的美国政府高级官员心目中，气质高雅、认真严肃的莱斯顿是“必须被尊重”的人，所以他们常常希望莱斯顿是第一个获知消息的人。

鲍伯·伍得沃德没有莱斯顿的天才与直觉，但他可能比

莱斯顿更加敬业。这个外表诚实、憨厚的小伙子过于沉稳，甚至略显笨拙。在跟踪发生在水门饭店民主党总部的行窃案之前，他一直在为一些不引人注目的小事件而奔忙。他常常很晚才回到《华盛顿邮报》的办公室，忙上一阵后，再出去溜达一会儿，顺便采访一下夜间建筑工人，因为在深夜只能采访到他们。

在与搭档卡尔 · 伯恩斯坦漫长而艰辛的追踪“ 水门事件 ”的过程中，穿着整齐的伍得沃德的诚恳常常令迟疑的受访问者愿意坐下来谈一谈，在整个水门事件调查中扮演神秘角色的“ 深喉 ”似乎也极愿意相信这个耶鲁毕业生。而伯恩斯坦则是一位卓越的幻想者，他大胆地将情节断片拼凑成完整的画面，勇敢非常地给大人物打打电话，甚至激怒他们，然后获得偶尔泄露出的情节。

在已经变成传奇的“ 水门事件 ”调查案背后，是大量极其乏味的工作。两个年轻记者常常在拜访的 10 个人中 ,只能找到一两个愿意开口讲话的人。在将近 2 年的时间里，他们常常是孤军奋战，常常为自己的报道登在不显眼的位置而心生疑虑—— “ 读者会不会忘记他们的调查？ ”他们是默默无闻之辈，这使得他们的采访不引人注目，也没人与他们争抢，结果他们创造了新闻史上最大的奇迹。

几乎所有杰出的新闻工作者都告诫后来者，永远不要将自己放在舞台的中央，你应该成为一个良好的倾听者，而非一个多嘴多舌、自作聪明的发言者，这样常常招致被采访者的反感。但是，奥利亚纳 · 法拉奇却固执地将自己放在聚光灯下，因为她深信规则只为庸常之辈而定，而她也从不一个记者，而是恰好从事新闻的伟大作家与演员。她的个人魅力除了偶尔碰壁外，几乎所向披靡地征服了大部分的采访

对象。

在20多岁时，年轻却经验丰富、善于驾驭华丽文体的法拉奇被《欧洲人》杂志派往美国采访好莱坞明星。这名佛罗伦萨姑娘几乎立刻以极具个人色彩的报道将自己推到了台前。她本人个性的展示是如此抢眼，以至于报道倒退居到第二位。在回忆中，法拉奇声称，这些聪明的明星们看出她是与众不同的:“他们看出我有天才,知道总有一天我会成为我——奥利亚娜·法拉奇。就这样，他们不仅同意见我，还和我成了朋友。”意大利读者们似乎根本不关心玛丽莲 梦露如何，他们所关心的是令他们骄傲的法拉奇接下来要做什么。

没人能够回避她的魅力，她深信这一点，这不仅因为她的天赋，也同样因为她偏执狂式的工作热情。她总是在说，“我总是冲动地感到必须做点事，仿佛我第二天就要死去。我从来不曾放慢脚步。”在她最富神话色彩的世界政治名人系列采访中，已经不再年轻的法拉奇似乎根本未考虑过危险与困难。她不断地给他们发传真，催促他们接受自己的采访，并且阅读了关于他们的一切资料。

1982年，以色列的强权人物、当时的国防部部长沙龙被法拉奇激进、大胆的提问风格刺激得极度兴奋。采访后他对法拉奇说：“您不好对付，极难对付。但是我喜欢这次不平静的采访，因为您是一位勇敢、忠诚和能干的妇女。从来没有一个人像您这样带着这么多资料来采访我，没有一个人能像您这样只为一次采访而甘冒枪林弹雨。”而亨利·基辛格甚至在接受她的采访时坦白承认自己的虚荣心，因为她已经采访了那么多元首，他渴望在她建造的领袖万神殿里占据一席之地。

试图学习法拉奇的年轻记者只会面临失败，因为要么你

生来就是法拉奇，要么你永远也成为不了她。法拉奇可以在大声怒斥卡扎菲的同时，依旧将采访进行下去。她有一种来自于一个不可测世界的智慧与魅力，她根本不是一个记者，而是一个偏执狂式的精灵。但是，莱斯顿与伍得沃德则是可以学习的。他们的智商的确很高，却不是高不可攀；他们执着却同时保持着理性；他们恪守人类一些基本的尊贵传统——诚恳、孜孜以求、分寸感；他们精通与人相处的艺术。

如果你认为这两位与你仍旧距离遥远，你可以学习诺曼·皮尔斯汀。这位《华尔街日报》前总编在年轻时不喜欢写作（尽管他创造了《华尔街日报》历史上写作的黄金时代），所以他就设法和当地企业的管理者们搞好关系（他当时是《华尔街日报》驻底特律的记者）。他和他们一起喝啤酒，吃烤肉，胡说八道，他的体重增加了 27 磅，但是他对业界新闻无所不知。而且，他凑巧还成了艾科卡女儿的法语补习老师，所以艾科卡几乎没法不回答他的问题。

每个记者都幻想自己能够成为与总统、企业领袖、权威人士平起平坐、自由交谈式的人物，希望自己打一个电话就可以接通最核心人物。这可是一个艰苦的过程，而且一点也没有喜剧色彩。首先，你必须为全世界最权威的媒体工作。如果你在美国供职于《纽约时报》、《华盛顿邮报》、《华尔街日报》、《时代》，在英国你服务于《金融时报》、《泰晤士报》、BBC，在德国你是《明镜》杂志、《世界报》的高级编辑，那么一般情况下，你的采访对象（只要没到最高级别）会乐于接受你的访问。在肯尼迪时代最重视的声音是《时代》，以至于这位喜欢表现自己的总统在每周都会接见该杂志的记者，并称之为“《时代》时间”。如果你想更进一步，你就必须让自己更沉稳、更努力、更诚恳，不仅仅只有一点天才，当然

**还要有运气，碰巧你的长相值得信任，或是声音动听，或是你的家父是位资深人士，都常常会起到决定性作用，偶然性是不容忽略的……当然，只要你是一名伟大的、不同凡响的天才，其他一切要素就微不足道了，你必然会脱颖而出。**

# 尴尬的公共知识分子

劳伦斯·萨默斯（Lawrence Summers，美国哈佛大学现任校长）直率得令人不适。在任克林顿政府财政部部长之初，他的快言快语与格林斯潘的含混不清同是华盛顿的一景。他将这种在华盛顿的最后岁月中有所收敛的习惯带到了哈佛。这位哈佛新校长上任6个月内，先是批评了哈佛成绩的高通过率，因为太多的学生得了A（天呐，这可是哈佛）接着他竟然在自由风气浓重的校园里大谈“爱国”问题；然后他又开罪了美国黑人名教授康奈尔·韦斯特（Cornel West，美国著名社会学家，哈佛大学拉丁美洲研究系前教授），他批评康奈尔过于随便给学生好成绩，还干了一些严肃教授所不屑的事，比如录制一张说唱乐的CD，总是写那些只被流行的《纽约时报书评》而非严谨的学术刊物评介的著作。

这场不断升级的争吵如今已经进展到“政治正确”、“保守派与自由派”、“多元文化”的高度，而多才多艺的韦斯特教授也要挟转投普林斯顿大学。与此同时，芝加哥著名学者理查德·波斯纳出版了《公共知识分子：一项衰落的研究》。在这部一出版即招致诸多非议的著作中，波斯纳按照名字被引用率（基于报刊与网络）对知识分子进行了排名，其中基辛格为第1名，爱尔兰诗人叶芝是第98名……除了排名本身令人惊诧、被人指责为缺乏数据基础外，波斯纳还得出一个令人不安的结论：学院知识分子比公共知识分子更值得尊敬。在波斯纳眼中，公共知识分子是一群依靠媒体的知识人，他

们依靠读者而生存，因此他们常常会被市场逼迫迅速出版著作，为吸引注意力而妄下定论。相反，学院知识分子则由同行们提供判断标准，他们更注重严谨性与真实性。波斯纳承认，有很多杰出的学院派同时也是公共知识分子，比如罗素、萨特等，但这往往是由于他们在专业领域内不再有发展空间，才最终转向公众的。他们所倡导的那一套东西——和平、革命等的确也不需要太多的智力成分，它们更接近常识。

萨默斯校长与波斯纳在一点上达成了共识：学者不应该热衷于为公众写作，他们应该在自己的领域内继续钻研。而现状也的确令人堪忧。在全世界范围内，知识分子似乎正在陷入媒体圈套，他们热衷于接受媒体的访问，喜欢在公开场合发表演讲，公众影响正在取代学术影响而成为更重要的判断标准。简而言之，他们正在从象牙塔中走出而试图进入明星行列。

这场由来已久的争论的核心是：知识分子的职责是在于学术本身的追逐还是在于对公众的解释作用，这两者间是否存在优劣之分。很显然，这样区分正像波斯纳教授无聊的比较一样，犯了一个基础错误。判断知识分子杰出与否的标准并非在于他是否身处学院，是为《纽约时报》还是为《美国经济学研究》写作，而是完全取决于个人的创造力。学院知识分子与公众知识分子具有同样的重要性，最杰出的人物永远身兼两职。爱因斯坦可以研究相对论，也会发表和平倡议书，爱德蒙·威尔逊一辈子依靠为杂志写作生存，却成为美国最了不起的文学批评家，莱昂内尔·特里林在哥伦比亚大学教书的同时，还在为普通读者推荐书目……

的确，公众知识分子常常对自己并不熟悉的领域发言，比如文学与哲学出身的萨特偏爱谈论政治，《纽约时报》的

社论编辑常常对相隔万里的主题发表见解，他们被批评为“不够专业”。但正是这种不专业体现了公共知识分子的真正价值。

古希腊哲人苏格拉底想像不到今天知识分子的模样。那个老人与铁匠、面包师交流对于世界、生死的看法，他无比自由，却是人类最伟大的知识分子，因为他对世界充满好奇并一直追问下去。知识体系的庞大与复杂使得“专业化”成为今日知识界的主流。而学术发明对于普通人来说，越来越像一个不可理解的怪物，他们开始拒绝理解日新月异的知识世界了。流传在学院知识分子中的一个笑话是，一本学术书籍常常只有十几个人能够读懂，作者们沉浸于只有自己人才能理解的语言符号之中。

但是，公众知识分子却了解如何将知识世界的进展解释给公众，他们也了解如何用人类传统沉积下的智慧去解释正在变化的环境，从信息中提取出变化的趋势。当然，这其中可能充满了“不够专业”式的错误，但他们却打破了一维的视角，他们在解释经济问题时，可能同时加入了历史眼光与人文关怀。他们的确常常被市场所驱动，他们需要将文章写得富有趣味。但正是这种趣味性激发了公众的好奇心，使他们跳出日常生活的琐碎与暗淡，转而思考更有意义的问题，这一点正是一个健康社会的重要元素。

写到这里，笔者发现自己可能犯了一个愚蠢无比的错误——根本没有学院知识分子或公共知识分子之争。知识分子群体其实只分为两类：高级知识分子与低级知识分子。高级知识分子被自己的好奇心驱动，他们尽可能地探索感兴趣的领域，并获得杰出的成果；而低级知识分子则普遍满足于已经取得的成绩，他们喋喋不休地重复自己，或是干脆躲在狭

小的领域内静待自己的思维发霉。

为公众写作，并非是知识分子的职责，而更多的是作为公民的知识分子的个人选择。不错，你可以将之称作一项“追逐名声”的游戏。从未有一个群体像知识分子这样热衷于名声，因为他们的教育背景决定了他们总是潜藏着“载入历史”的欲望。这种欲望的强烈度就好比商人对于利润、小市民对于幸福家庭的渴望……

我们欢迎罗素这样的知识分子，因为他既能写出全世界没几个人能看懂的《数理逻辑》,又能对 BBC 的听众宣讲哲学的作用，他还从不避讳自己的弱点——“是的，我热爱名声。”

# 与公众保持距离

我们就要进入的时代，千真万确将是一个群体的时代。

——古斯塔夫·勒庞（Gustave Le Bon，法国著名社会心理学家），《乌合之众》

鲁道夫·朱利安尼（Rudolph Ginliani，美国纽约市前市长），而非乌萨马·本·拉登，最终成为《时代》2001年度风云人物。很显然，在尊重客观与讨好公众之间，《时代》的编辑踌躇再三，最终选择后者。在2001年12月6日CNN的民意调查中，84%的被访问者反对将这个称呼给予拉登，当然，他们惟一的威胁不过就是“不再订阅”这本杂志。

用“背弃客观事实”来批评《时代》并未切中要害，因为自从这本杂志在1923年创刊起，它的创办人之一亨利·鲁斯就没打算让它成为客观报道的媒介。它是新闻传统最伟大的叛徒之一，因为它打破了新闻媒体将新闻事实与评论区分的传统，亨利·鲁斯要求他的编辑们将自己的观点注入到新闻报道中，并用一种俏皮而拗口的方式表达出来。《时代》最终成为亨利·鲁斯思想的延伸，它是宣传机器与新闻作品惊人巧妙的结合，带有必然的狭隘性与偏见。

但是，又有谁不带有偏见呢？亨利·鲁斯反驳那些所谓的“客观”要求：“你可以给我一千条事实，我依然可以编造出一条谎言。”亨利 鲁斯知道不同的“偏见”之间是有巨大差异的，天才的“偏见”可能也意味着某种远见，但他没

有必要讨好庸众的“偏见”。鲁斯对于极权主义有着别人没有的“偏见”，所以在德国入侵波兰前一年，在欧洲世界普遍实行绥靖主义政策时，他选择了阿道夫·希特勒作为《时代》年度人物，因为他可能对于民主世界带来可怕的灾难。鲁斯还在 1941 年与 1943年选择他更厌恶的斯大林作为封面人物，因为他的极权统治正在深刻影响着世界。报道令人不愉快的危险，是避免危险扩散的有效手段。亨利·鲁斯的偏见还使他于 1941 年在《生活》杂志上发表了“美国世纪”一文，呼吁美国人走出孤立主义传统，将自己的价值观带向全世界。

亨利·鲁斯崛起的过程，也正是美国成长为超级大国的过程。从内心深处，鲁斯始终将自己作为政治人物看待，而他的好奇心则使他几乎像个知识分子。最终，《时代》在 20 世纪五六十年代也变成权力、傲慢与充满偏见的象征，但却获得了空前的影响力（在 1967 年亨利鲁斯去世后,《时代》的气质开始转变）。亨利 鲁斯似乎从不考虑读者的意见，他倾向于认为，杂志提供什么，他们就应该读什么，而杂志应该反映他这位“国王”的意见，而“国王”显然比读者站得更高，看得更远。

今天《时代》令人失望之处正是，它将“精英式的长远偏见”让位于“公众的短视偏见”，这也暗示着这本杂志在历史的转折点未能把握住上升的浪潮。古斯塔夫·庞勒在 1895 年出版的《乌合之众》中写道，当大众聚集在一起时，他们的理智就会降到最低，一种夸张而简单化的情感成为判断的基础。

美国公众对于本·拉登的激愤情绪令人理解，但是这不应该妨碍领袖性杂志《时代》对于世界作出冷静的判断。公众们热爱朱利安尼，因为这个 57 岁的男人在最为混乱的时刻

挺身而出，为公众提供了希望。可是公众们不愿意去分析是什么制造了混乱，我们该如何避免再次陷入混乱。

《时代》的成功，是因为亨利·鲁斯将全国眼光与世界眼光带入这本杂志，在此之前，美国的媒体主要是地区性的。《时代》的读者们通过它了解中国的内战、印度的独立、墨索里尼的独裁还有斯大林的暴政，尽管它充满了鲁斯强烈的个人偏见，但它却把握了时代的潮流。

作为历史转折点之一的“9·11”事件，暗示了一个更加紧密的全球化时代的到来——不仅经济是全球化的，政治、恐怖、暴力、毒品、文化也同样是全球化的。本·拉登无疑是这股新浪潮中的关键标志性人物，他的邪恶彰显了新时代的巨大矛盾与冲突。而《时代》却将自己放在了“抚慰伤口”而非“迎接挑战”的位置上。

1979 年，当《时代》将伊斯兰宗教复兴运动领袖霍梅尼评选为“年度人物”时，数千名美国人撤消了订单，他们觉得自己的情感受到了伤害。但事实证明，一直到 1989 年霍梅尼死亡，他始终是世界最活跃的政治领导人之一，尽管他令人西方国家极不愉快，但他预示了伊斯兰世界的新潮流。

但在 10 年后（甚至 1 年后），我们该如何评价亲爱的朱利安尼呢？不错，他令人尊敬，但是他的确没有影响世界；他让《时代》的读者们心情舒畅，却未能提醒他们审视现实环境的危险与真实性。

亨利·鲁斯一生恪守“将杂志视作教育公众而非取悦公众的工具”的原则。在世时，他拒绝进入影视业，因为“这会麻痹人们的神经”。如果一定要进入，他宁可选择赛马与赛狗。亨利·鲁斯也不相信所谓的市场驱动力与读者调查，他觉得只要坚持下去，读者就会买账。别人说他把一种尺码的

**鞋子给所有人穿，但他却最终获得空前的成功，因为他提供的尺码的确比别人都大。**

**沃尔特·李普曼的朋友凯恩曾用音乐理论来形容报纸：钢琴有八个高八度音程，小提琴有三个高八度音程，短号只有两个高八度音程，军号则只有四个音节，而报纸的社论正是一支军号。李普曼反唇相讥道："你可能是对的。可是，我不想一辈子写军号谱。"李普曼的一生都在报纸上谱写钢琴曲，并且获得了令人惊叹的成功。**

**这是一个媒体无所不包的时代，公众通过媒体来理解与触摸生存的世界。所以媒体不仅需要人们习惯的军号，更需要让他们知道还有钢琴曲的存在。对于《时代》这样的领导性杂志，尤其如此。**

# 《爱丁堡评论》：一份好杂志

现代人必须被简短地告知应当想什么。这毫无疑问，他必须被告知……开启这一制度的《爱丁堡评论》，堪称是英国适合于明智之士观点的大题目的开先河者。
——沃尔特 · 白芝浩，（Walter Bagehot，19 世纪英国评论家）

启蒙运动促成了杂志业的开端。当十八、九世纪的欧洲才子们不满足于仅仅对沙龙里的同志宣讲对世界的崭新观念时，他们开始渴望通过周期性的出版物来展现自己的理念。杂志成了最佳选择，它比报纸更具深度，比书籍更有时间感。

创办于 1802 年的《爱丁堡评论》（*Edinburgh Review*）是一个典型例证。4 位创办人相当年轻，他们是有着良好修养的穷书生，是致力于打破传统的新型知识分子。他们试图让亚当 · 斯密的经济学观念、大卫 · 休谟的哲学思考、彭斯的诗作进入普通阅读者的视野。他们选择了充满生命力的语言叙述形式，更重要的是这本杂志从一开始就摆脱了低级商业模式的奴役，坚持自己的观点与写作方式。这本标价昂贵的杂志（每本 5 先令，只有富裕的人才买得起）迅速赢得了正在崛起的英国中产阶级读者的青睐。他们惊喜地发现，这本观点独立的杂志让他们更迅速、更深刻地了解到人类智力的新进展。谈论《爱丁堡评论》上的文章成了 19 世纪初英国有教养家庭的日常练习。

《爱丁堡评论》、《威斯敏斯特评论》以及更早些的《旁

观者》、《闲聊者》构建了近代杂志业的开端与繁荣。它们对启蒙运动所带来的资讯爆炸进行了梳理，给成熟的阅读群体提供了简洁而富有深度与趣味的分析，并因此获得了成功。但此时的欧洲经济还无法承载更大规模的阅读群体，真正的大众文化时代直到 20 世纪 20 年代的美国才来临。但 19 世纪的《爱丁堡评论》已经彰显出一本好杂志的一切要素：对新的知识领域进行探索；选择新鲜而非陈腐的语言方式；主办者为知识精英，但常于与普通人交流；编辑方向由编辑本身而非短视的商业利益所驱动；具有独立精神；力图改变现实，而非迎合现实。

现代杂志业的基础奠定于 20 世纪 20 年代的美国。这是另一个资讯扩张时代，广播、电视、电影都于此 10 年间出现。《读者文摘》（创办于 1922 年）、《时代》（创办于 1923 年）、《纽约客》（创办于 1925 年）、《财富》（创办于 1929 年）、《商业周刊》（创办于 1929 年）都也诞生于此期间。尽管这些杂志的创办人不比《爱丁堡评论》编辑们的才智，但他们无一都是当时的叛逆者与革新者。他们将新闻业纳入专业化的轨道，将“编辑记者”这一含混的工种职业化。这些杂志的创始人在关注发行量与广告收入的同时，也毫不懈怠地使自己的杂志发出独特的声音。《时代》竭力让更多的美国人了解世界局势；《纽约客》则尽量传达爵士时代的新精神；《商业周刊》与《财富》则强烈地关注一直被人们忽视的商业力量的崛起（笔者个人认为《读者文摘》是一本成功的杂志，却不是好杂志，因为它对读者更多的是迎合而非提出建设性的观点）。这些杂志与其他力量共同奠定了现代美国人（甚至现代世界）的精神生活。当然，这些杂志已不具有《爱丁堡评论》那样浓重的理想色彩，它们对于商业的关注确保了它们可以

长期地生存下去。今天的这些“大众杂志”，在最初都是“小众杂志”，它们都因与众不同的个性而获得成功。

在这里,笔者需要重申‘好杂志’的概念。自 18 世纪起，杂志便分为不同种类。《爱丁堡评论》偏重于针对有教养的读者，也同样有一些低级杂志适合于低级受众，它们可能也大受对应读者群的欢迎，它们都是成功的杂志，但却只有前者才是“好杂志”。在这个名词背后，是笔者坚持的文化具有高级、低级之分的等级制度。笔者在文章中所强调的理念同样来源于启蒙运动时期的才子们，这种理念尊重人们的智力生活，相信这个世界具有崇高的情感，相信艺术的力量，强调心灵的力量可以改变现实的粗陋，更坚信人是一切活动的中心，人的天才与创造性高于一切……所以，“好杂志”是那些可以呼唤出人的崇高情感、激发出人的创造性的杂志，而非那些仅仅因迎合于人的低级需求、麻醉人的智力生活而获得成功的“成功杂志”。

美国的杂志业在 20 世纪四五十年代达到了顶峰。《时代》这样的新闻杂志对美国政治具有令人生畏的影响力，而《纽约客》及更早的《大西洋月刊》、《哈泼斯》构了成美国人主要的‘文学生活’,《财富》、《福布斯》、《商业周刊》则是逐渐浮出水面的工商界的观察者……从 20 世纪 50 年代开始，伴随着电视的普及，杂志的黄金时代开始褪色，阅读文化似乎正在逐渐让位于视觉文化。而杂志市场也开始逐渐细分，杂志本身也越来越实用化，它们甚至为读者提供日常指南。比如教女人如何穿衣服的“时尚”类杂志，可能就有十几种之多,而‘男性杂志’、‘色情杂志’、‘技术杂志’、‘地理杂志’、“经济杂志”等，这样不断细分的类别让杂志业继续繁荣，但是它们都并非‘好杂志’,它们更像手册型的‘生活指南’。

笔者所说的“好杂志”仍然局限于那些趣味广泛、蕴涵着智力含量的杂志（英文为“general interest”）。这样的杂志在网络与电视业的共同夹击下，显得越来越不合时宜，因为它们不够“专业化”，无法对某一个细节进行深入报道。（这样的杂志包括《时代》、《纽约客》、《大西洋月刊》、《哈泼斯》、《纽约书评》、《泰晤士报文学增刊》……）但正是在此时，这些“好杂志”突显出其无比的重要性。

当代人已经不再读书，他们更倾向于电视画面，但文字比画面更能激发人们的思考是不言而喻的。杂志可能是当代人惟一阅读的内容较长的读物，它比报纸更具有设计感。那么当代杂志可能是惟一能够将艺术与思想结合在一起的出版物，它所强调的智力练习与美学欣赏可能是普通读者接受“自由教育”（liberal education）的惟一有效渠道了。于是，一个好的杂志编辑，必须同时是一位精通文学、思想与艺术的通才，能为读者提供一种整体的思想性与艺术感。

一本“好杂志”必须担负起在网络、电视、报纸共同制造的资讯垃圾中披沙拣金的重任，并知道如何将有修养的写作与高级艺术趣味传达给读者。对于一位普通读者来讲，拿起一本“好杂志”，就意味着进入了一个美妙且奇妙的世界，沿途会不断感受到那些新奇事物，不断让自己的精神处于兴奋状态，并能够最大程度地调动起自己的脑神经。而在阅读完毕后，一种情感将激发他去创造，去享受生活，去关注世界，去同情弱者，去尊敬艺术、思想与文学……

好了，你肯定会嘲笑笔者这些看似毫无边际的幻想，但这正是一本“好杂志”所应具有的重要元素——“好杂志”从来都是不安分的，它的一切努力都是要挑逗起你对生活更崇高、更伟大、更丰富的欲望。

# 新经济杂志运动

我们似乎可以相信，美国加州历史学家温斯洛在 1995 年制作的录像片与出版物《硅谷的创造——一个一百年之久的文艺复兴》是曾经风起云涌的新技术公司的重要强心剂之一。谁能拒绝这样的诱惑，文艺复兴满足了那些底气不足的首席执行官们渴望得到“历史性地位”的情结。他们大可在单独相处时将自己的成就比作拉斐尔或者米开朗基罗的贡献，因为他们的软件同样在改变我们这个世界。像文艺复兴时期一样，他们将商业与文化如此恰到好处地结合在一起，他们本人甚至比当时的达·芬奇与卜伽丘更加声名显赫与富有。

在纳斯达克指数屡创新低的今天，这种信念越来越令人怀疑，却也越来越被那些首席执行官们不容置疑地肯定。就像惠普“中世纪历史专业”毕业的首席执行官菲奥利纳在股价大跌时依然强调的——今天是中世纪最后的黑暗，数字文艺复兴必将到来。

在媒体理论先驱马歇尔·麦克卢汉看来，结束中世纪黑暗的并非是文艺复兴事件中的那些大师们，而是古登堡发明的印刷术，印刷术所带来的资讯革命使得民众打破了教会对于知识的垄断。热衷于为狂热降温的管理学大师彼得·杜拉克在此“阴险”而不动声色地说明道，在上一次资讯革命中，最有势力的是那些印刷厂的开办者们，他们获得了巨额的金钱与如日中天的名誉，与贵族大公平分秋色。

于是，新技术公司的首席执行官们不得不尴尬地面临这样一个现实：他们可能更类似于 16 世纪的印刷厂厂主，而非那些伟大的艺术家与诗人。在风行了 20年之后，前者伴随着印刷术的普及化而逐渐没落。因为他们仅仅是占据了新技术的先机，缺乏真正的创造力，尽管这种新技术可能与新文化有着密切的联系。

而事实也证明，在这场淘金热或文艺复兴中，最明显的受益者的确是那些“印刷厂厂主”——新经济杂志。他们先是为这场文艺复兴寻找各种自我吹嘘的借口，然后为好大喜功的首席执行官们营造出一种“新革命氛围”——新规则、新领导、新技术、新商业、新公司——新经济杂志的记者编辑们促成了商业新闻前所未有的繁荣，也让商业行为成为似乎与每个人都相关的活动，同时也造成了杂志史上罕见的虚假成功——尽管这种成功正逐渐褪色。

让传统新闻业目瞪口呆的是 6 本富有传奇色彩的杂志的厚度。在鼎盛时期，《Red Herring》每期的厚度达到了 440 个页码，重达 1 磅多，而《Business 2.0》的页码则是 444 页，重量则增至 2 磅又 3.5 盎司,而作为周刊的《Industry Standard》的当月页码为 1096 页。另几家新经济杂志如《Upside》、《Wired》、《Fast Company》的厚度与重量同样让传统杂志《名利场》、《时尚》心惊不已，因为厚度即意味着广告量。传统的时尚杂志曾经因为达到 400 个页码而兴奋异常，这意味着广告厂商的蜂拥而至。 2000 年第一季度的广告销售表明，《Industry Standard》的销售额已经达 1380 万美元，超过显赫的《财富》杂志 1200 万美元。

很显然，从 1998 年到 2000 年末，前面列出的 6 本杂志占尽了媒体风头。尽管传统商业报道巨人《财富》、《福布斯》、

《商业周刊》、《华尔街日报》自 1995 年的网景革命以来大幅度地增加了对于“ dot-com ”的报道，但这 6 本杂志由于其故作姿态与自我标榜而更合乎新经济公司的口味。同时，这 6 本杂志更加鲜明的姿态是，它们不仅仅是商业报道杂志，更是生活方式杂志——新技术不仅仅与商业有关，它更在改变我们传统的思维习惯与为人态度，就像本文最初提到的，与数字文艺复兴时期的艺术与文化有关。所以，它们同样也对传统时尚杂志产生了威胁。首席执行官们除了商人的身份以外，还是最大的时尚制造者——他们散漫的穿着方式、自由主义办公室哲学，还有 35 岁就退休的宣言都是我们这个时代最抢眼的时尚。

不管这些杂志的编辑们多么努力地标榜自己杂志的与众不同，阅读者都清楚，这些杂志不管在报道题材还是报道语气上都近乎近亲。每个月这些杂志共同构成的几千页的内容构成了新技术公司的领导们主要的阅读生活。甚至远离硅谷 2 万公里的中国“ dot-com ”精英们也以阅读此类杂志来标榜自已与世界同步。就像 20 世纪 40 年代的一板一眼的企业领袖在客厅内放一本很少阅读的《财富》杂志一样，今天的技术精英们热衷于在办公桌上堆满这些能够砸死人的杂志。

他们当然没有时间读这些杂志——就连这些杂志的编辑都乐于承认。这些杂志每月的内容量相当于两部托尔斯泰的《战争与和平》，太长了。阅读者与编辑甚至都不在意杂志到底在报道什么。新闻的价值曾经在于向更多的阅读者提供他们所无法知晓的信息，而这些新经济杂志却几乎只会讲述所有已经为公众知道的东西。由于不可抵挡的扩张速度，编辑们往往重复性地报道一些题材，新闻质量无法保证。

《Business 2.0》 自己都承认，他们甚至已经开始重复使

用 1998 年的题材了。但似乎谁也没有在意这一点。谁在怂恿这种倾向？答案是新技术公司自己。

从 1999 年开始，大批的风险投资涌入新技术领域，那些凭借一个漂亮的商业计划书就拿到成千万乃至上亿美元的年轻创业者们必须想办法把这些钱体面地花出去。广告成了诸多体面方式中最没有争议的一种。所以喜欢故作姿态的首席执行官们选择了语出惊人的新经济杂志，他们合谋将“新经济神话”的泡沫吹到一个新的极限。他们共同的姿态就是：“我们在重新书写历史”，尽管他们都不太读书。他们为彼此提供了身份象征，并在公众面前不断强调这一身份——数字文艺复兴的倡导者。这种姿态有着致命的诱惑，就连时代集团也关闭了《生活》，而选择了《eCompany Now》作为新的发展方向。这本杂志的创建者毫不掩饰对于新技术革命的仰慕与追逐。同时，另一本老牌计算机杂志《PC Computing》也为了赶追电子商务潮流改刊为《Smart Business》。

当然，纳斯达克指数的疲软已经让这些新经济杂志感到几年以来罕见的寒冷，它们的广告页已经一跌再跌，因为“dot-com”们已经没有钱投入广告了。但这或许是让喧嚣一时的新经济杂志成熟起来的契机之一。就像“dot-com”们要让自己重新回到地面成为一家正常的公司一样，这些迅速膨胀的新经济杂志也必须学会提供更严肃的报道，这是杂志成功的前提。

当然，信誓旦旦的编辑们不这样看。《Industry Standard》集团的首席执行官约翰·巴特勒更喜欢将自己的扩张速度与 19 世纪 50 年代前出现的大众媒体的崛起速度相提并论。那几十年内，《时代》、《财富》、《商业周刊》、《福布斯》出现了路透社开始提供商业新闻，而格伦西尔出版公司也开始大规

模出版商业书籍……那么，今天呢？这位首席执行官愿意使自己和同行们相信，他们正在改写商业报道的历史，也正在改变媒体的形态。这些新技术杂志一直在强调，自己并非一份杂志，更是网站、会议主办者、分析提供者，是新型的咨询公司，能为企业提供全套意见服务。

但令人遗憾的是，不管是它们的杂志还是网站，都与传统的商业报道巨人相去甚远。《Upside》的发行量不过 20 万册，其中相当部分为赠阅；其他几本杂志同样通过赠阅来增加发行量，但仍然远远落后于《财富》杂志的 80 万发行量。并且，它们网站的访问量也同样处于这些传统杂志网站的阴影下。

当然，它们会说自己仍然年轻，毕竟《财富》、《商业周刊》通过 70 年才达到今天的地位。但前提是，它们要开始学会将自己的杂志与网站的主要精力放在如何吸引读者、寻求深度报道上，而不仅仅是为那些想欺骗风险投资家的新公司领袖们服务。而且那些一时冲动者不正在痛苦不堪吗？

# 他们这样缔造了 CNN

就是到了世界末日这一天，CNN 也会在现场报道，并以此语结束“上帝离你更近了。”

——泰德 · 特纳（Ted Turner），CNN 创始人

过分刻薄的乔姆斯基说，海湾战争是由 CNN 与五角大楼共同主导的一场虚拟战争，它其实从未发生， CNN 仅仅是把军方的模拟练习拍成了录像带放映给公众看。这种过于虚无与耸人听闻的说法，从一个侧面反映了 CNN 在 1991 年因成功报道海湾战争而达到声誉巅峰期时所具有惊人的影响力。CNN 的主持人比指挥官柯林 · 鲍威尔更具影响力，白宫通过 CNN 的前线记者而非五角大楼得到一线消息。

10 年后，当时代-华纳与 AOL 合并后，这家声誉卓著的有线电视公司裁员 400 人，而 MSNBC 与 FOX 公司在国内新闻部分的卓越表现也让 CNN 逐渐失去最初的夺目光彩。它的主人泰德 · 特纳也不复当年的敏锐，对于在合并后公司里愈来愈萎缩的权限而心生不满，并透露出将离开 CNN 意图。里斯 · 斯科菲德此刻出版的回忆录隐隐暗示了 CNN 正在失去其最初的生命力。这位被特纳一脚踹出门的 CNN 共同缔造者除了对自己的遭遇耿耿于怀外，更让我们重温了 20 年前这项新闻史上空前革新的激动人心的时刻。他现在依然清晰地记着，1980 年泰德 · 特纳如何拍着他的肩膀信心十足地对 CNN 的员工说：“我们两个要成为全美最有实力的人。”

泰德·特纳与里斯·斯科菲德的合作注定充满激动与悲剧色彩。前者因为私带女友进入男生宿舍而被开除出布朗大学，而后者则是由于赌博被哈佛法学院驱逐。二人皆属脾气暴躁、冲动性领袖人物，在招募新兵和领导高能力的、无限忠诚的、具有强大风险精神的追随者方面具有超凡能力。前者狂热地钟情于改变世界，而后者则是电子新闻的先驱人物，“一谈起新闻则激动得像另一个人”。

1978 年，当特纳询问斯科菲尔德是否愿意参与创办有限电视新闻网（CNN）时，二人都清楚这是一场充满刺激的赌博，特纳为此贡献了全部财产，而另一位则成为该项事业的直接执行者。

用新闻记者的眼光看来，建立 CNN 的过程就像观看一场摇滚演出。当泰德·特纳用他那一贯好大喜功的口吻向外界宣称 CNN 将于 1980 年 6月 6 日开播时，除了公司的名字与有限的几个员工外，它几乎什么也没有。斯科菲尔德马不停蹄地从各大电视台如 CBS、ABC、NBC 等挖角，给他们以不知是否可以实现的空头许诺；他还要制定一种全新的电视节目编排——从未有一个电视台 24 小时播出新闻，这需要一些新形式；他还需要平地建成一座新的大楼，里面有全开放式的演播厅……他们的财政还有着几千万美元的缺口，这需要特纳用他那张永远夸张的嘴巴去说服别人投资……

在离 CNN 正式开播不到 90 天时，斯科菲德意识到至少还需要 100 个员工，可是预算已不允许他再招人了。于是，CNN 的杰出人物们开始到全国各大学鼓吹，为那些即将毕业的新闻专业大学生提供廉价但难得的工作机会。于是， 100 名毫无经验的毛头小子满怀热忱地来到亚特兰大。公司为这些荷尔蒙过剩的家伙们租下了汽车旅馆，并开创了一家 CNN

学院,以便在 60 天内将这群除了交女朋友什么也不会的小伙子们训练成新闻专家。只有他们学会使用机器， CNN 才可能准时开播。

小伙子们在每天工作十几个小时后，便彻夜狂欢。他们几乎将汽车旅馆视作了另一个伍德斯托克，摇滚乐、性狂欢与大麻帮助他们缓解白天的压力并刺激来日的灵感。他们的指挥者之一，杰出电视人卡瓦诺最喜欢对这些学生说：“不要去管这件事有多么难做，也不要管你要犯多少错误，你们应该记住一点，那就是你们正在创造历史，你们会因此而被载入史册的。”

他们的确被载入了史册。当 1980 年 6 月 1 日，CNN 的摄影镜头华丽地扫过纽约、洛杉矶、加利福利亚等地时，这些年轻的小伙们像特纳一样提醒自己：电视史上还从未有人将这么多遥远的事件组合在一起。

斯科菲德在回忆录里并没有夸张，他可能是 CNN 的真正的建造者。今日 CNN 的一切——从大楼设计到节目形式，都是他最初设定的。他提出了滚动新闻概念，寻找到了最初的记者与编辑……比起他，特纳简直就是新闻白痴。但是，斯科菲德忘记了支票是特纳签署的，忘记了特纳的处事哲学——“我来领导，要么跟着我，要么滚蛋”，忘记了特纳是领导者，而他是执行者。在为期两年的蜜月期后，不愿意跟随别人的斯科菲德被踢出了门，毫无温情。而在 CNN 的 10 周年庆典上，他的名字甚至被冷漠地拼错了。

尽管今天 CNN 的观众已经比高峰期递减了 70%，尽 管斯科菲德嘲笑 CNN 现任总裁汤姆·约翰逊的无能——特纳终于选择了一位比他更不懂新闻的负责人，也尽管今日 CNN 被广泛地攻击为“迟钝”与“致命的肤浅”，但它还是拥有着

无可匹敌的声誉……

泰德·特纳在 CNN 的 10 周年庆典上说：“我感到有责任搞清楚世界正在发生什么事，这就是我开办 CNN 的原因。”但即使你知道早晨莫斯科发生了火灾，中午智利发生了兵变，而晚间刚果又出现了种族仇杀，你是否就更清晰地了解世界呢？CNN 之所以影响深远，是因为它提供了一种新鲜不断却疲惫不堪的视角，记者与观众共同卖力却不知重点地关注每一件事，我们都成了新闻癖，恐惧错过任何事。这种 CNN 哲学的背后是泰德·特纳与斯科菲德被“死亡的焦虑”压迫的永不松弛的神经。

就像批评家们强调的那样，CNN 只有“一英寸厚”。它过分迷恋于挖掘所有事实，却忘记了观察事实背后隐藏的内涵。就像泰德·特纳马不停蹄地更换漂亮女人，却忽略了漂亮女人共同的特点。特纳与他的 CNN 都恐惧深层思考，他们过分偏爱行动。

而这种 CNN 倾向已如传染病般地席卷了新闻业。在这 20 年间，我们看到所谓的新闻记者的职业精神，已被片面地理解成在战场上不顾生死，或者为了抓拍死亡镜头而放弃人道精神……

CNN 的衰落某种程度上印证了世界正在“CNN”化。CNN 开创的横扫世界的镜头，已经变成新闻业的基本常识。但是，即使所有的新闻网都毫不停息地挖掘每一个事件，世界也并未像特纳所说的那样被“看得更清楚”，反而有愈发迷惘、混乱之嫌。CNN 是疯狂与冒险的产物。像丘吉尔、海明威、罗斯福、巴尔扎克一样，泰德·特纳与斯科菲德是狂躁抑郁症患者，他们常常受控于强烈的冲动，满脑子改变人类的伟大计划，以此来对抗生命中无刻不在的沮丧感与越来越

**紧迫的死亡感。正是这种对抗产生了夺目的光彩，产生了《老人与海》，产生了激动英国人民的战时演说，也产生了** CNN **这样的电视台。**

**这并不妨碍斯科菲德的回忆录给我们带来的兴奋与快乐。我们仿若又看到亚特兰大那群热血沸腾的年轻人试图改变历史的热忱，又看到了特纳与斯科菲德被这个伟大的创意刺激到血脉贲张的模样……我们可能永远也无法搞清楚世界的模样，但** CNN **的创办者们提醒我们，形而上学式地否定生命的意义是无聊的。重要的是，你必须要让自己为某个具体事件而激动，你要在战胜困难与完成不可能的任务中寻求到生命的至高快感。**

# 赫斯特的遗产

1880 年，厚颜无耻的哈佛辍学生威廉·兰道夫·赫斯特从父亲手中接过了《旧金山检查报》，开始了对约瑟夫·普利策的折磨历程。这一年他 23 岁。60 年后，同样放肆大胆的奥森·威尔士导演了令人瞠目的作品《公民凯恩》，使赫斯特陷入绝望的困境。

我们对于赫斯特的印象很大程度形成于威尔士的超凡想像力与卓越的电影叙述技巧。冷酷的报业大亨，无耻的公众舆论操纵者，为了与普利策争夺市场，编造有关古巴屠杀的谎言，甚至不惜发动一场美国与西班牙的战争。他还是黄色漫画的开创者，纳粹主义的支持者。他对权力、女人，还有收藏品，具有鲨鱼之于血腥的过人欲望……

威尔士的艺术家式的眼光很必然地将赫斯特漫画化了。况且，1940 年的威尔士不过 25 岁，他急切的成名欲望驱使他将国王般的赫斯特打倒在地，就像中国武侠小说里的少年高手为了名扬江湖而挑战第一剑客。

由于历史的距离与材料的更加丰富，大卫·纳萨在新著《首领：威廉·兰道夫·赫斯特的一生》中尽力将“公民凯恩”还原为一位始终生活在母亲的控制之下、在男性世界中倍感羞涩的小男孩。尽管他无耻地败坏了公众的阅读趣味，也奋勇当先地成为极右势力的代言人，但他同时又是一位启蒙主义者，一位通过报纸让公众更加了解世界、更加了解自己权益的启蒙者，一位报业的改革家。他对于新闻的理解可

能比普利策更直接、更深刻地改变了世界新闻史。

赫斯特的坏名声显然主要来自于美国和西班牙 19 世纪末的战争。在此之前，他是位野心勃勃的改革家与模仿者。当 23 岁离开哈佛时，他是个典型的不学无术者，每日在同学会中与美酒、姑娘为伍。更直接地说，他是因为糟糕的学习成绩而被迫离开哈佛的。哈佛给他带来的鲜明刺激，是他的出身。在加州的淘金热中，他的父亲让自己富有起来。但在哈佛的规矩中，暴发户是不受尊重的，所以在此后的人生中，赫斯特都试图让自己成为新领袖，他要求他的下属称其为“首领”，并使那些尊敬（或吹捧）他的昔日同学获得财富。

在新闻业中，赫斯特很快显示出他的天才。他是普利策最杰出的模仿者，普利策用何种方式报道，他便仿效之；普利策作出了何种营销策略，他就迅速照搬。令勇敢的普利策烦恼的是，这位年轻的对手要肆无忌惮、过火得多，也就是煽情得多，他甚至开创了彩色印刷的先河。那份原本只有 15000 份发行量的《旧金山检查报》，几十年后竟奇迹般地达到了 2000 万份。而当赫斯特决定进军纽约时，普利策愈发痛楚。赫斯特的《纽约新闻报》开始毫不遮掩地对普利策的《世界报》挖角了。赫斯特与今天掌管媒体帝国的巨头们不同，他始终认为天才比财务报表更能决定报业的兴衰。他付出惊人的薪水诱惑那些天赋的记者与漫画家，而“黄小孩”漫画的竞争正是从此开始的。

很有可能是赫斯特的咄咄逼人让曾经追求“旁观者”位置的普利策失去了对待新闻的冷静与清醒。当古巴与西班牙的冲突开始时，赫斯特令人发指地编造了大量血腥的谎言，他的报纸在煽动了公众的愤怒情绪之后，销量大增，并继续公开地诱惑普利策的记者。普利策最终也卷入了这场谣言大于真实的报

道，常常莫须有地宣称西班牙对古巴进行残暴镇压。

但是，把美西战争的原因归于赫斯特显然夸张了他的能力。在大卫·纳萨看来，战争背后的动机是美国长期以来的势力扩张欲望，赫斯特的谎言不过是提供了恰当的借口罢了。他还引用了赫斯特1907年给《泰晤士报》的一封信，在信中赫斯特称让他对战争负责简直是“弥天大谎”。

赫斯特最终在与普利策的争夺中获胜，毕竟前者更年轻、更强壮，也更厚颜；而后者曾经声名卓著的《世界报》在1931年被出售了。普利策的远见在于他设立了“普利策奖金”，这项美国大众文化中最重要的奖金让这位曾经的煽情主义者、不择手段的成功者在多年之后成了“新闻与文化使命”的代言人。

20世纪的前40年，赫斯特成了欧美的无冕之王。他控制了26份报纸，20年代还成立了电影制片公司，是好莱坞的教父。他可能比任何人都更早认识到，大众媒体可能比政党与政治家更具影响力（尽管他曾经具有失败的竞选州长经历）。当他巡视欧洲时，有如帝王般威严，各国元首都来讨好他。30年代初，没有发迹的墨索里尼与希特勒不过是他的报纸的欧洲特别记者，只是这两人的稿件常常不合格，不但写作素质不尽人意，而且常常过了截稿日期，最终赫斯特解雇了他们。那时年轻的英国政治家丘吉尔也是他的英国的特约撰稿人。

当威尔士的电影放映后，赫斯特的事业开始衰落。不仅是因为他在30年代为了反共而推行的纳粹极右主义极不得人心，还因为他竟然试图与富兰克林·罗斯福为敌。对于罗斯福这样的世家，赫斯特年轻时在哈佛的委屈与愤怒总是无法控制。而另一个罗斯福——西奥多·罗斯福，他在哈佛的

同学，又是他的死敌。

晚年的赫斯特是在《公民凯恩》所带来的不安中度过的。很少有人记得，他在令报纸粗俗化的同时，是如何让更多的美国民众习惯于通过报纸了解自己的权力、甚至学会识字的。他让新闻业在美国普通民众的生活中扮演了关键性角色，他还参与建造了现代杂志业（《君子》、《大都会》杂志都是他创建的）。

今天的媒体喜欢把默多克与赫斯特作比，二人都是从继承家族报纸起家的。但是，我们可能忽略的是，赫斯特除了是一位媒体巨头外，他可能更是一位报人。几十年间，他坐阵于大楼的顶层办公室内，彻夜不停地指挥他的记者去全世界采访，不断地写便条提醒他的编辑。他知道如何安排版面会引入注目，他甚至可以写出漂亮而雄辩的社论。他借此让自己区别于后来的媒体巨头，也借此证明他的观点——天才比财务报表更重要。当然，最重要的是，他要以身体力行来不断强调这一点——他是首领，所有人都应该尊敬他。

# 公民德拉吉

托马斯·杰斐逊教导我们说，不时地来一点小小的反叛并非坏事。反叛经常是刺耳和令人不安的，不合礼节和粗野的。

——罗德福·斯莫勒，美国宪法学教授

当阿尔·戈尔与乔治·W·布什陷入令人难堪的竞选僵局时，好奇者蜂拥而入一个叫作“德拉吉报告”的网站（www.drudgereport.com），以寻找CNN与《纽约时报》可能不予报道的有关大选的小道消息。

将近3年以来，这个设计简陋、只由一位未受过任何新闻训练的人控制的网站成了美国最重要的新闻源之一，并不断在突发新闻报道上无情地击败了ABC、CNN与《纽约时报》等主流媒体。但是这种成功又搀杂着太多令人不安的成分，因为这家网站所依靠的不过是一些永远都不会消亡的谣言。《华尔街日报》的一则新闻需要通过5位编辑才能见报，这家网站却从不核查谣言的真实性。为了追求耸人听闻的效应，它随时准备着公布任何诽闻。而这家网站的建造者与惟一的新闻编辑麦特·德拉吉（Matt Drudge）注定要同时进入美国新闻史上最著名的革新者与最臭名昭著的小报记者的双重行列。更重要的是，这个35岁、一副西部牛仔式嬉皮打扮的人已经部分地改变了美国政治、新闻与历史的运转轨迹。他的新闻哲学（就像他最新出版的著作《德拉吉的杰作》）引

发出的后果与无法了结的争论，让我们迷惑不已……

让我们回到 1994 年。这一年，这个叫麦特·德拉吉的高中辍学生在厌倦了 7-Eleven 便利店的工作后，搬到洛杉矶，成为了哥伦比亚广播公司礼品店的店员。在那里，他开始阅读《Variety》这样的娱乐杂志。这一年秋天，德拉吉收到了父亲赠送的一台计算机。德拉吉被计算机提供的交流模式征服了。出没于聊天室成了他的主要乐趣，他开始将一些娱乐与政治消息贴到网上，其中一些来源于哥伦比亚广播公司废弃的新闻稿。1995 年初，他的电子邮件式的新闻公告吸引了一批人的注意。4 月，他建立了“德拉吉报告”网站。由于率先报道了 NBC 与微软共同建立 MSNBC 这样的事件，“德拉吉报告”开始引人注意。但是，真正将德拉吉推向焦点的是他从 1997 年开始的对克林顿与白宫丑闻的报道。

先是 1997 年 7 月，德拉吉通过一个私人聊天室获知《新闻周刊》的迈克尔·伊斯科夫正在写一篇有关白宫诽闻的报告。由于据传克林顿曾对之有过性要求的凯瑟琳·苇利拒绝提供证明，《新闻周刊》放弃了这篇报道。德拉吉的网站迅速揭露了这一未经证实的新闻。一天后，哥伦比亚新闻对此事件作出反应。尽管包括紧接着的琳达·特里普与保罗·琼斯在内的一系列与白宫有关的丑闻最终都不了了之，但它们都成了当年媒体最热门的话题，而德拉吉则是这一系列事件的始作俑者。德拉吉神话开始隐隐出现——一个人引导了整个主流媒体的报道方向。

1998 年 1 月 17 日，“德拉吉报告”上贴出了一条新闻：“在最后一分钟，《新闻周刊》枪毙了一篇必将动摇华府政治基础的故事：一位白宫实习生与美国总统有染！”这则新闻快速传播，引人震惊，但大部分媒体不作反应。直到星期天晚

上，德拉吉终于将那个实习生的名字贴到网上——莫妮卡莱温斯基。

德拉吉依然是从一个隐秘的消息源获知这一新闻的，同时他还知道那位迈克尔·伊斯科夫在调查凯瑟琳·苇利时就曾提到莫妮卡·莱温斯基这个名字。而《新闻周刊》因为缺乏更明确的证据，最终还是放弃了这个惊天的新闻。接着，“德拉吉报告”再次贴出这样的标题：“水门事件，1998”，声称已发现克林顿有残余的精液留在了莱温斯基的外衣上，莱将永远不洗它。

再往后的事实无需陈述。尽管被克林顿轻蔑地称作是“污泥（sludge）”，德拉吉还是促还是成了 20 世纪结束前世界最大的闹剧：斯塔尔报告、总统弹劾案、公众对于丑闻的热衷、还有互联网新闻业的抬头……

让我们回到 1998 年 6 月 2 日。此时的德拉吉已经成为一颗倍受争议但是绝对耀眼的明星。在 NBC 的辩论节目中，他被《洛杉矶时报》的资深记者杰克·尼尔森指责为“从未关注事实正确与否的家伙”；马文·卡柏，一位哈佛新闻学学者说他根本就是谣言的传输带；在线杂志“slate.com”的杰出编辑迈克尔·金斯利称之为“横亘于互联网与公众之间的最大麻烦”。但同时，又有一些人坚持认为他是与鲍勃·伍得沃德与卡尔·伯恩斯坦（两位报道水门事件的《华盛顿邮报》的记者）一样伟大的记者（就像他自己说的）。福克斯新闻节目在介绍德拉吉出场时讲道：“他是一位稳健的揭露者，互联网告密者，公民记者。每个人都渴望知道他下次说什么。你们知道他的名字——德拉吉。”

在华盛顿的全国新闻俱乐部里，面对那些受过哈佛、哥伦比亚这样的名校训练的《华盛顿邮报》、《时代周刊》与 CNN

的记者，这位以肆无忌惮著称的小子讲道：“这一代人已经不再依靠阅读报纸或者看电视来获取新闻了，他们喜欢电脑屏幕。尽管大多数美国人还不习惯这个家伙，但我认为互联网可以让新闻业重新焕发青春。我的读者会说他们的意见被主流媒体所控制，这些大机构令人生畏。我觉得自己呈现了另一种可能，在我的网站上，每一项工作都印有我个人的痕迹。我是寻求真理的游击队员，我喜欢去那些散发出臭气的地方。我是个扒粪者……”

2000 年 10 月出版的《麦特・德拉吉的杰作》，由德拉吉的一些缺乏组织却充满惊栗的媒体批评片段、非连续的日记、无目的的笔记组成，其中贯穿了一股“垮掉一代”的节奏。这本书比较完整地表达了德拉吉的主要想法：一，媒体巨人控制了公众，他的任务是单枪匹马地与这些媒体巨人搏斗，传达给公众另一种声音；二，印刷术死了，电影死了，电视死了，互联网将取代一切；三，新闻将再不受大机构控制，永远也不再会，在互联网上，每个人都是记者；四，媒体无需检测新闻的正确性，公众自然会鉴定。

所以，有关德拉吉的争论已经不仅仅是关乎于一个丑闻记者是否有资格进入新闻界的问题。四个问题尖锐地突显在其拥护者与反对者面前：

1. 新闻业的责任到底是什么？
2. 公众的趣味与媒体之间的关系如何？
3. 我们的文化倾向是什么？
4. 互联网代表的新媒体与旧媒体的关系如何？

普利策先生制定了新闻的最初模式，在林肯・斯蒂芬与门肯等人的完善下，我们得到的结论是：新闻记者必须不顾一切地揭露社会的黑暗，它是一个健康社会的守卫者，是第

四权力，是所谓的“扒粪者”。也因此，早期的新闻记者大多未受过正规教育，他们更需要的是敏锐与勇敢。这也是新闻业最重要的原则，媒体是民主社会中最重要的环节之一，它给予公众知晓权。

如果仅仅从这个层面上说，麦特·德拉吉的确是一位成就斐然的揭露者，他对于克林顿丑闻的揭露所造成的影响不亚于《华盛顿邮报》对于水门事件的报道。就像他在接受 NBC 采访时所说：“当然，我去那些发出臭味的地方。”

新闻业的初期充满了勇敢的业余选手们凭借激情来成为好记者的例证。但是，随着媒体对于世界越来越广泛的报道及商业利益的需要，庞大的新闻机构成为调配这种复杂作业过程的必须产物。我们可以相信一家小镇报纸依靠几个人就能完成报道，但是我们想像一下，对于拥有上千名记者，需要同时报道美洲、欧洲、亚洲、非洲等事件的《纽约时报》来说，如果缺乏一个严密的制度该如何行事？为了保持新闻报道的准确性与公正性，这些大新闻机构必须安排严格的程序：记者一作家一编辑一事实核对员，通过这样复杂的过程尽量避免由于记者的疏忽和个人倾向带来的严重失实。

而伴随着新闻业的成熟，越来越多的受过良好教育的人进入其间。他们的价值观念必然与最初的草莽记者不同。强烈的精英思想使他们认为，他们有责任筛选各种新闻事实，让那些他们认为值得出版的东西面世。严格的程序与精英化思想很容易形成某种傲慢。他们成了向公众提供新闻的惟一源头。

这一点正是麦特 德拉吉在他的著作中竭力攻击的一点。他声称媒体正在被集中到少数精英手中，新闻变成了一个大机构的集体成功。而这些大机构离权力中心太近了，它们根

本无法了解真相。而他则是一个人在操作，他坚持不需要编辑也不需要事实核实人。所以他非常迅速而随意地公布新闻。他的哲学是：不管你提供的是谣言还是真实新闻，公众自然会判断。（但是德拉吉忽视了一点，他所挖掘出来的白宫丑闻是建立在一条《新闻周刊》放弃的报道上的，也就是说真正提供新闻调查的依然是大机构，而德拉吉不过是更加勇敢地将它公布出来而已。）

这里，我们就说说第二个问题一媒体与公众的趣味。让公众喜悦而让精英们愤怒的一点是，麦特·德拉吉最擅长报道诽闻与丑闻。满足公众的低级趣味是新闻业相互竞争的最初形式。当年普利策与赫斯特之间的决斗，就是依靠大量刊发战争、色情内容进行的。伴随着媒体的职业化与规范化，媒体逐渐形成等级观念。因为如果我们承认人是一种具有各种需求的动物，那么他一定具有迥异的需求。今天，我们一方面看到了《纽约时报》、《新共和》、《时代》这样以中上产阶级为对象，报道题材严肃，报道方式严谨的媒体；另一方面，我们同样看到了《国民问询报》、《太阳报》这样的专以追逐明星、诽闻、奇谈为己任的“小报”，他们的读者群为缺乏良好教育的下层居民。长期以来，“大报”以一种“不屑”的目光来看待“小报”，这是一种基本的等级秩序。它的逻辑在于，文化有高级低、级之分，趣味有雅致、低俗之分。

无疑“连拼写都会出现错误”的德拉吉的关注方向属于后者。但是，真正让精英们无法容忍的是德拉吉认为“小报”与“大报”并没有区分，这打破了原先的秩序感。在他的网站上，小报的谣言作家与斯坦福的大学教授具有同样的地位。德拉吉反驳道：“我从未觉得他们有什么区别，或许后者写得更有深度，采用的是一种更加煞有介事的口吻，但我们将他

们同等看待。或许是因为我没有上学吧，所以我没有学会这样看待问题：谣言专栏水准低，而严肃的工作更值得尊敬……生活的斗争与人类存在的理由不会因为你驾驶奔驰还是步行而有所区别……新闻行业或许有不同的智商值，但他们是同一种情感。"

德拉吉尖锐地反映出我们社会中越来越强烈的"反智"倾向。静下心来，我们会发现周围充斥着越来越多打着民主的名义来传播庸俗的"平等主义"的现象。倡导者坚持所有的人、所有的思想、所有的文化都是平等的，没有高下之分。也因此，"小报"在社会获得越来越大的影响力。1997 年，在《纽约时报》与《时代》周刊的联合评选中，《国民问询报》的编辑史蒂夫·科兹被评为美国最具影响力的 25 人之一。

德拉吉成为这股趋势中最勇敢与最厚颜无耻的声音。当他被质询他网站的内容并非新闻而只是谣言时，他回答道："在 www.drudgereport.com 上诽闻是谣言，在《纽约时报》上诽闻就成了新闻了。"

德拉吉之所以能够如此鲜明、淋漓尽致地表现出他的新闻秩序与文化观念，在于他认为自己拥有了互联网这项伟大的武器。他在《德拉吉的杰作》中写道，互联网取代了一切旧有的沟通形式。而由于这项技术，每个人都可以成为记者。仅仅用鼠标与调制解调器，他就可以摧毁那些大的新闻机构。我们必须承认，互联网所带来的交流革命的确正在瓦解我们熟悉的单向交流方式。它使我们获得了空前的自由，降低了发言所需要的成本，新闻业比过去任何时候变得都更具有"即时性"。但是，我们同样看到了这种无边界自由所带来的混乱与低质量。

德拉吉在接受《Brill's Content》的记者采访时说："我没

有希望让我的报道明智起来，我在享受我每日的生活。我只活在现在。我不知道两周后我做什么。互联网给予你按赞成的步伐前进的自由……我学习到更正确的拼写，如何运用高中水平的语法；我学会如何运用勇气对付权力分子。”

我们必须承认，认为新闻记者不需要专门训练、只凭冲动即可的观念是可笑的。德拉吉夸张了互联网的革命性。在互联网最初的普及过程中，新闻业的确出现了暂时的失序。但是伴随着公众心态的成熟，它最终依旧会变成一项或许伟大但终究简单的技术。新闻业在经过最初的冲击后，很快会恢复它的规则，而互联网也将像电视一样成为新闻发展史中的一项新技术。我们可以用德拉吉最得意的莱温斯基事件来反驳他，倘若没有被《新闻周刊》放弃的深入报道作为基础，德拉吉是无法成功的。他碰巧成为了第一个说话的人。

当然，笔者所讲的一切并非在否认这个叫麦特·德拉吉的人的成就。笔者只是想说，在这个喜欢戴稻草帽的人的背后，隐藏着我们时代各种文化之间的冲突。笔者当然承认，德拉吉可能是我们这个时代最具趣味性的人。如果你是一个美国梦想的信仰者，你没法不喜欢他。

他出生于美国马里兰州华盛顿特区的一个郊区，是一位自由民主党人士的独子。父亲是工人，母亲是律师。与新闻发生的惟一联系始于童年时在睡眠前听收音机里的犯罪新闻，及十几岁后开始看的 CNN 一线报道。他在高中是个差生，未能进入大学，在开创“德拉吉报告”前，一直是个低级店员，文化水平甚低，甚至连拼写都不过关。

就是这样一个“nobody”，借助互联网与执着的“扒粪”精神和可贵的运气，成了今天的媒体界的“somebody”。《德拉吉杰作》出版后，很快登上《纽约时报》畅销书榜，主流

媒体纷纷予以评介。此时他依然坚持：“我没有学习任何新闻学，一切不过是欺骗而已。”

从个人角度来讲，德拉吉的确具有标志意义。有人将之比作为“猫王”，因为当艾尔维斯·普莱斯利扭着屁股出场时，50年代的成年人的确对此不屑一顾。或者，他更接近拉里·弗林特，这位色情出版业大王，背负着大部分人的指责，却被一位法学教授赞誉为“最大限度地扩大了美国人的言论自由范围”。更极端的人，将之视作为当代的汤姆·潘恩，这位美国的奠基人之一在写作《常识》之前，是一位饱受辱骂的异教徒。当然，德拉吉更愿意说自己是鲍勃·伍得沃德与卡尔·伯恩斯坦，但是鲍勃·伍得沃德公开地斥责德拉吉玷污了新闻业。不管怎么说，麦特·德拉吉注定成为一个反抗传统、挑战权威的符号式人物。在一团混乱中，德拉吉让自己成为如猫王的摇摆、安迪·沃霍尔的坎贝尔汤罐与斯蒂夫·乔布斯的苹果电脑一样永久的历史符号。

到这里，笔者希望各位能从德拉吉神话的浪漫中摆脱出来，更重要的事情是，我们应该如何清晰地面对新闻业的责任。在技术、公众低级趣味对媒体的冲击和影响愈发明显的今天，新闻从业者显然不能说，“我只提供不顾真假的事实，让公众自己去分析”。因为新闻业从来都不仅仅是一个“扒粪”的工作，在某种程度上它肩负着更重要的使命。

德国哲学家雅斯贝尔斯曾讲过，由于现代生活的实际情况极为复杂，社会愈来愈功能化，新闻记者成了联结广泛的外部世界与个人的惟一纽带，所以新闻记者必须时刻保持清晰的头脑和自我反思与学习的能力，在现实的报道中引入客观而崇高的情感。由于报刊已经成了大众主要的精神生活，所以新闻记者必须成为联结高级文化与普通群众的纽带，将人

**类文明中最精髓的东西通过报刊传达给公众。**

**我们的麦特·德拉吉先生当然会嘲笑这种典型的“精英主义理想”。我们当然要和德拉吉先生一样奋起反抗媒体集团由于商业利益或政治利益而出卖新闻业的独立精神的行为，但是我们更应该清楚，我们所凭借的手段绝不是“诽闻与道听途说”。**

# 黑幕揭开之后

一切谬误，只要大家可以自由反驳就不再危险了。

——托马斯 · 杰斐逊（Thomas Jefferson，第三任美国总统）

艾达 · 塔贝尔（Ida Tarbell）诚实、刻薄、有天赋。这个女人永远也无法忘记自己父亲的手推车因为美孚石油公司的运油火车而搁浅。1904 年，这位《麦克卢尔》杂志的知名记者出版了《美孚石油公司史》。它激动人心的情节有效地激起了公众对于石油垄断者美孚公司与其创办者洛克菲勒的深刻仇恨，并潜在地促成了最终分拆公司的结果。

这部已经不再被阅读的著作，体现了绵延于 1902 年至 1914 年的美国新闻界的黑幕揭发运动的基本特征：激情四溢、正义感十足，却被偏见左右。这场运动的发起者《麦克卢尔》、《柯里尔》、《人人》杂志,知名记者林肯 · 斯蒂芬森、艾达 · 塔贝尔，深深感觉到美国在由农业国家转型为工业国家的过程中，旧有的社会规范失衡，不公正现象司空见惯。

1860 年美国只有 3 位百万富翁，1900 年这个数字增加到 3800 个。不断的企业兼并使垄断托拉斯成为可能，出现了美国钢铁公司及美孚公司这样的超级企业，及 J · P · 摩根与洛克菲勒这样的亿万富豪。10% 的人口掌握着 90% 的财富。城市化进程使大量人口由乡村涌入设施尚且简陋的城市。在缺乏相应法律与社会保障的情况下，工人与透明度不够的企业

界和政界彼此敌视。正如历史学家 H·S·康马杰所说“美国人对新时代的到来既无经验也无精神准备”。

同时，教育的普及使公众阅读群体出现，迎合大众口味成为新闻业的新方向。约瑟夫·普利策与威廉·兰道夫 赫斯特已经利用各自的报纸争夺市场。但杂志业只有等廉价的《麦克卢尔》出现才真正地进入大众市场。

20 世纪初的芝加哥记者 F·P·邓恩将新闻监督者打趣地说成“使痛苦者舒适，使舒适者痛苦”。黑幕揭发运动正是建立于转型期公众的痛苦与迷惘情感之上的。记者们将目光瞄准参议院、钢铁公司、教会、监狱、肉类加工厂，不断将“黑幕”“耻辱”“道德败坏”“黑心”这样词语加诸之上；而“悲惨”、“可怜”则用来形容普通民众。

艾达·塔贝尔将矛头指向美孚公司；D·G·菲利普斯则说参议院一个个都是‘脑满肠肥,大腹便便’,都是‘叛国者’,不过是为金融家与工业家服务的；林肯·斯蒂芬斯揭露说，纽约的城市是由黑帮似的政党控制，他们是“城市的耻辱”……

通过暴露黑暗，是否能够改变现状？在杂志记者们煽动起公众的不满情绪之后，民众压力直接促使了新法案的诞生与福利制度的完善。纯净食品和药物管理法、肉类检查法、打击放任自由经济的《赫伯恩法》、《克莱顿反托拉斯法》,及相关妇女选举权、选民直接投票的预选、住房、教育的等诸多法案都由此出现。

黑幕揭发者喜欢追究内幕的倾向，有效地增加了政府与企业机构的透明度。在此之前，大型机构就像从不抛头露面的洛克菲勒一样隐藏在公众的视线之外，让公众觉得神秘和无法预测。

但是，仅仅将目光盯向黑幕是否意味着另一种深刻的罪恶，它与黑幕本身同样可怕？西奥多·罗斯福在 1906 年将黑幕揭发者作比为班扬的著作《天路历程》中的扒粪者，他们对于美好的事物视而不见，只盯着地上的秽物。

事实上在 1905 年之后，黑幕揭发开始衰落。因为揭露开始成为一种时尚，记者与读者们已经在内心植入了仇恨的萌芽，他们对事实没有兴趣，只对揭露本身感兴趣。像斯蒂芬斯那样严肃的调查者越来越少。一些保守派人士甚至开始抨击，新闻界正在把黑幕揭发当作促销手段，以正义的名义来增加报纸和杂志的销路。

黑幕揭发运动的支持者将衰落归结于部分媒体与记者的不负责任。但即使是，整个运动中只有林肯·斯蒂芬斯这样兢兢业业的调查者，它依旧会迅速失败。这场运动从开始起就注定充满漏洞。它的理论基础是，世界充满阴谋与丑陋，我们要勇敢地指出它。所以记者们喜欢用嘲讽、谩骂的口吻。这种一味的批评使行动本身的破坏性大于建设性。试想一位缺乏足够教育的民众，每日阅读的都是充斥于这个国家的丑陋，他除了加倍的愤怒还会有什么样的反应？当然，不满会导致社会规范的相应调整，但是煽动不满对于心灵的伤害却是更为漫长与深刻的，它不可能带来理性的思考。

世界并非只由事实组成。黑幕揭发者相信只要他们最大程度地向公众表现事实，社会就会得到改善，而他们无疑站在事实这一边。曾为林肯·斯蒂芬斯短暂工作过的沃尔特·李普曼在重新审视 1917 年至 1920 年的《纽约时报》时，发现这份以严肃公正著称的著名报纸充斥着前后不一的谎言，比如对于俄国革命的报道，报纸所发出的报道并非基于事实，而是由“组成新闻机构的那些人的愿望所主宰的”。年轻而有

思想的李普曼承认，人总是被自己的偏见所左右，很多情况下，事实被人头脑中固有的幻想与偏狭所扭曲。这是人类不可克服的弱点。

同样的，将事实视作生命的黑幕揭发者回避了这个永恒困境。就像艾达·塔贝尔在处理美孚石油公司的调查时，不可能忘记父亲的遭遇。人类社会始终是存在缺陷的，承认这一点可以使我们更为有效地改变世界。但是黑幕揭发者却否认了这一点。他们过于激烈的情绪妨碍了他们作出理智的判断。当然，他们的勇气的确令人尊敬。

黑幕揭发运动结束了，却留下了宝贵的财产——记者的深入调查精神。1964 年，普利策设立地区性调查奖项正是为了彰显这种可贵精神。而《华盛顿邮报》两位年轻的小伙子卡尔·伯恩斯坦与鲍勃·伍得沃德在水门事件的杰出表现，将调查性新闻推向了荣誉的顶峰。

但是，一个需要警惕的事实是，水门事件后，新闻记者们又对“阴谋论”产生了浓厚的兴趣，他们想通过揭露阴谋大明星的欲望远胜于公正的报道。揭露黑幕令人尊敬，但是过分迷恋于黑幕揭露却可能正通向危险。

同样处于社会转型期的中国新闻界，正对于发生在一个世纪前的黑幕揭露运动充满兴趣。他们片面地将第四权力简化成大无畏的批评，他们迷恋勇气多于智慧，强调行动甚于思考。他们大可一个接一个地揭露黑幕，但是然后呢？

一份仅仅满足于揭露黑暗事实的媒体无疑是低级的。正如英国人约翰·斯图亚特·密尔——一位杰出的自由主义知识分子，所说的那样，他将只会嘲讽世情的人视作末流思想家和最低等级的消极或破坏哲学家：“他们只知道什么是假的，却不知道什么是真的；他们使人们的头脑意识到陈旧观

**念和体制的自相矛盾和荒谬，却提不出新观念来填补空缺。我不想贬低这些人的贡献，人类深深地感激他们。世人在相信许多虚假的事物，也相信许多曾经是真实的但后来早就不真实的事物。在这个世界上他们（消极哲学家）永远也不愁没事干。勇气，言辞犀利，掌握好辩论技巧和哗众取宠的方法，可以把最浅薄的人和最玩世不恭的人造就成一个消极的哲学家……”**

**我们见到的丑陋已经太多，现在我们需要知道，什么是美丽的、高尚的和健康的。**

# 新闻判断力比勇敢更重要

一个 24 小时的新闻台是否能够减少你的恐慌？ 100 个版的 SARS 增刊就能增加你对疫情状况的了解吗？自从 4 月 20 日以来，我对一切媒体都厌恶之极，因为世界在它们的描述中，除去 SARS，别无他物，似乎全球不足 6000 个的感染案例却涵盖了其余 60 亿人的生活。我们看到那些勇敢的记者们，将医院视作海明威战斗的意大利前线，他们试图呈现、放大并回放每一个病人的细节。

但是，人心并未因此而安全。是的，没人否认信息公开的重要性，但是我们越来越要面对的一个事实是，信息公开除去镇定人心，它同样可能制造混乱，北京一家建筑公司的领导人甚至试图禁止民工收看电视，因为他们在恐慌中试图逃回家乡。

这场突如其来的 SARS 危机，对新闻业的真正考验，是它质疑了中国新闻界的一些惯性思维。在相当长的时间里，中国新闻界生存在两种自我营造的气氛中。他们中最锐利的，将自己想像成斗士，代表着正义与弱势一方，去刺破束缚与黑暗，他们大多是唯事实论者，认为只要尽可能地披露真相，就越可能接近真理；其余的大部分，则感慨时运不济，将自己的平庸推卸在制度层面上——不是我不想怎样，而是环境不允许。在漫长的前行道路上，大多数新闻从业者看到被阻拦在一座山峰前，便只是抱怨，单纯地认为只要这座山峰消失，前途必然光明。

普利策塑造的新闻传统影响着现今大多数的中国记者。他们将自己的职业想像成一个转型社会的先知，试图在价值失衡的年代，充当暂时的立法者。他们迷恋于揭露黑暗，追寻真相，就像 20 世纪 80 年代前的美国电影中的记者形象：挑战既有社会秩序的不安分的小子。但是，他们忽略了一点，今天的中国除去面临 19 世纪末美国的转型以外，还同样面临着 CNN 与互联网开创的新传播年代，在这种语境中，新闻业面临的首要问题不是呈现更多的信息，而是信息泛滥。在这双重夹击下，新闻业一些固有的缺陷也就更明显地放大出来。

首先，新闻很难客观。新闻对正常的世界不感兴趣，它只喜欢异常。所以当战争、灾难到来时，新闻记者的神经也开始活跃起来。与过去年代不同的是，媒体在我们时代扮演了中心的角色，媒体覆盖了我们生活的所有领域，在很大程度上，我们依靠它来了解世界。所以新闻业的习性，将直接塑造大多数人对于世界的感知。 2001 年 9 月 11 日 8 点 42 分之后，美国人几乎相信，这世界上只有恐怖主义；就像 2003 年 4 月 20 日以后,中国人只关心 SARS 一样。不得不说的是，灾难的显著性，除去国际压力的影响外，媒体的渲染同样起到极为重要的作用。电视网使中国大部分并非疫区的人民亦有了强烈的参与感。

其次，媒体具有天生的取悦市场的倾向，市场的诱惑可能比政府压力更可怕。保罗 •克鲁格曼发现，英国的国有 BBC 电视台在报道伊拉克战争的问题上，常常对政府持批评态度，而美国私有的福克斯等电视网，却仿佛是美国政府的宣传机器。因为后者面临更大的竞争压力，他们需要迎合公众的态度。同样的，中国媒体在 SARS 的报道中，对于情绪的大肆渲染，很大程度是源于新闻人的本能想法：这样更容易销售。

当然，笔者承认，从来就没有笼统的新闻业之称。电视与纸质媒介（报纸、杂志）有着截然不同的特性，前者更容易屈服于市场压力，因为它的反馈更为迅速。所以，中国新闻业首先面临的挑战是，它们必须拥有一个层次更为丰富的媒体行业。电视天生适合于提供更多的信息；而报纸与杂志却并未提供更多的分析与观点，这种分析与观点本应在混乱期给人提供更多的心理慰藉。其次，理解力在我们时代的新闻业中将充当越来越重要的角色，它甚至比勇敢这种品质更为重要。我们的世界变得越来越复杂，任何单一事件不再是非黑即白，它往往有着太多的牵扯，杰出的记者越来越注重为读者提供这种线索的梳理，而非简单的呈现。

不管新闻业多么受制于外界环境，笔者却越来越相信，与它的品质最直接相关的仍是新闻人本身。希望在这场危机中表现平平的中国新闻人能够意识到，束缚他们前行的并非是制度，而是他们自身能力的缺陷，他们还没有清醒地意识到自己面对的是一个更为复杂的环境。

# 如何管理新闻业

大约两年前，笔者在上海碰到了《纽约时报》的专栏作家比尔·凯勒，那时他刚刚从争夺《纽约时报》执行总编辑的斗争中落败。尽管他拥有当时的执行总编辑约瑟夫·李维勒的支持，但他的竞争者豪威尔·瑞恩斯则得到了发行人小苏兹伯格的格外垂青。作为世界上最富权势的新闻职位，这场人事纷争吸引了众多人的关注。在《纽约时报》内部，瑞恩斯以雄心勃勃而著称。自 1993 年以来，他主导的《纽约时报》社论版一直呈现出咄咄逼人的姿态，这种姿态在某种程度上正吻合了 1991 年成为发行人的小苏兹伯格革新这份拥有 150 年历史报纸的愿望。

比尔·凯勒看起来相当温和，这一点很像李维勒。那是 2001 年 10 月，也正是瑞恩斯最为繁忙的时刻。“9·11”危机充分考验了这位刚刚上任的领导者，他指挥着超过 1000 人的全球最精英的新闻团队，完成了美国历史上最危机时刻的报道。没人怀疑在那个迷惘时刻瑞恩斯表现出的卓越领导力。当几个月后普利策新闻奖颁发时，瑞恩斯无疑是全世界最令人尊敬的新闻人，《纽约时报》前所未有地赢得了 7 项大奖。

但外部的观察者很难在这种辉煌中发现危机，即使在杰森·布莱尔事件发生后，《纽约时报》北京分社社长埃瑞克·埃克霍姆仍告诉笔者，瑞恩斯的领导能力令人瞩目，尤其是在人人恐慌时，他尤其会坚定地告诉别人，该做什么，怎么做，只不过“他有一点像独裁者”。在瑞恩斯最终辞职后，

越来越多的《纽约时报》员工开始站出来指责这位领导者的独断专行，他在《纽约时报》内部制造过分紧张的气氛，他逼迫员工之间展开过分激烈的竞争，他以员工是否忠诚自己而进行领导。总之，他像极了历史课本里那些聪颖过人却残忍的暴君，他有着极为糟糕的管理风格。我们对于人物的评价总是在天平的两端摇摆，要么无限光荣，要么满是缺陷。于是，罗森涛——主掌 20 世纪 70 年代与 80 年代《纽约时报》的前任总编辑，站出来为瑞恩斯辩护，他说：“如果一位刚刚上任的总编辑能够带领一份报纸在‘9·11’这样的突发事件中获得 7 项荣誉，而他还会被形容为糟糕的管理，那么这一案例可以去申请专利了。”

“他当然会为瑞恩斯辩护。”杰出的管理学家沃伦·本尼斯在 8 月号的《Fast Company》杂志上写道。他说罗森涛实际上是在为自己辩护，因为他采取了同样的管理模式，即作为一个组织的领导人，他依靠恐惧与忠诚来统治。在身居高位的年代，罗森涛在《纽约时报》内几乎没有亲密的朋友，他总是高高在上，很少与下属分享自己的喜悦与焦虑，他在《时报》内制造这样的气氛——“谁忠诚于我，谁又是我的敌人。”他曾经对一位因娶了富裕的妻子而离职的记者说：“如果你结婚，你就不再属于新闻业。”

没人质疑罗森涛通过 20 年的努力完成了《纽约时报》的转型，它由一份完全新闻化的报纸，转变为一份更加全面与杂志化的报纸，同时增加了软性报道与深度新闻的比重。但奇怪的是，很少有人真正怀念他。在辞去总编辑之职后，罗森涛成为一名拙劣的专栏作家，就像他的思维方式一样，他的作品总是被一种意识形态化的东西包围着。“至少，他对于中国的评论表现出他的全然不理解，他也不想理解这个国家

到底在发生什么”，埃克霍姆说。

罗森涛的方式被接受，在很大程度上，仍要归功于他所处的时代。在 20 世纪 50 年代达到巅峰的官僚式管理模式，在七八十年代，虽日益衰落，却仍未失去其合法性。但当“个人主义精神”已变成公司精神的最重要的部分，奴仆般的忠诚已让位于“一个高级经理人随时跳来跳去”的年代时，依靠压制与恐惧来进行统治则已不得人心。

瑞恩斯应该为《纽约时报》 152 年历史上最大的一次危机负全责吗？是的，他的个性、他的过分偏执是这场危机的导火线。正如一些《纽约时报》记者所说，在瑞恩斯眼中，任何人都不过是一枚棋子，他不会尊重员工的个人感受，即使你是普利策奖得主，你需要自由的思考空间，他也不会给你特别优待。他希望每个人都按照他的要求冲到事件发生的最前线。他因迷恋彻底的行动主义而主动放弃《纽约时报》长期以来凡事深思熟虑的知识分子风格。他一心追逐乃至制造“大新闻”。在他的坐标系内，喧闹的注意力比冷静的思考更值得奖赏。在一定程度上，他有点像 100 年前的赫斯特，如果需要，他可以制造新闻。

但人们往往这样，当一个人顺利时，便给予他所有的荣耀，而当他遭遇坎坷时，便将他看作一无是处。在杰森·布莱尔事件发生之前的瑞恩斯与之后的瑞恩斯并没有明显的区别，但大批《纽约时报》人出面指责他的独断专行，尽管没人否定他的确才华出众。当我们从另一种角度来观察时，你会说他是一位真正的革新者，他想打破《纽约时报》长期以来的规范，他任用年轻人，为《纽约时报》注入活力。曾长期为《纽约时报》工作的大卫·麦高里克在《名利场》杂志上说，在与瑞恩斯共进午餐时，他被后者的远见所激励，并

期待再次相见。

比起他的几位前任，他更加雄心勃勃，也更缺少学究气，也更有魄力来打破传统。他的突出个性使得他如此与众不同。《纽约时报》150年的历史及其崇高的威望常常使在其中工作的人员黯然失色。一位《纽约时报》的总编辑出没在时代广场时，没人会知道他是谁，尽管他肯定是世界上最有权势的人之一。但瑞恩斯却试图打破这一切。他喜欢向大众明确表达自己的见解，与名流们共同出现在公共场合。如果你目睹了2003年4月瑞恩斯的婚礼，你肯定相信，他是世界上最有光彩的记者。从电视主播汤姆·布罗考到纽约市长迈克·布隆伯格，纽约的明星们几乎全都前来祝贺。

“像克林顿一样，瑞恩斯总是被一种不安全感包围。”一位时报人这样评价他过去的上司。来自南方小城，没有名校背景，瑞恩斯是一位典型的行动人，而非思考者。这种不安全感，催促他与那些拥有个人主见、才华出众的资深《纽约时报》人展开角逐。正如他与《纽约时报》华盛顿分社社长之间的争吵，他总是怀疑后者对他缺乏尊重。

这场事件像是一场悲剧，从2001年9月至2003年6月，在短短21个月的时间里，瑞恩斯从高峰跌落至谷底。大卫·麦高里克多少有些不平地说，这场危机本可以安然度过的，布莱尔事件不足以促使瑞恩斯下台，因为在《纽约时报》历史上，类似的重大失误一直都曾存在。《纽约时报》曾为斯大林的罪行辩护过；对犹太人被屠杀事件视而不见；错过了水门事件；在90年代初，还错误地刊载了一名被肯尼迪家族成员强奸的妇女的名字……但没有哪位在任总编辑因此而被迫辞职。

有很多原因可以解释瑞恩斯悲剧性的结果，但至关重要

的原因不是外界的舆论压力，而是报社内部的压倒性的反对。几乎是在萨达姆的铜像被推倒的同时，瑞恩斯遭遇到了《纽约时报》员工前所未有的反对。除去瑞恩斯过分张扬与冷酷的性格，一位《纽约时报》的资深记者对《华尔街日报》的记者说，这更是一种体制性的问题。长期以来，《纽约时报》的最高权力机构拥有着绝对的权限，几乎不受控制，总编辑只与关系最近的几个人打交道，人们不知道该怎样将真相传达给他们。这绝非是瑞恩斯 21 个月任期内的特有现象，但只有他遭受如此大的打击。他的前任李维勒，尽管拥有知识分子式的冷漠，却知道为权力增加人情味，比如他会在圣诞晚会上扮演圣诞老人。

“瑞恩斯只是集中体现了《纽约时报》管理问题的脆弱性。”一位名叫伊万・詹金斯的《纽约时报》人在《哥伦比亚新闻评论》上写道。自 20 世纪 50 年代以来，《纽约时报》就是一份牢牢控制在编辑手中的报纸。记者提供素材与原始写作，然后编辑随意篡改，这也是美国新闻业在过去一个世纪中遵循的普遍模式，《纽约时代》的创始人亨利・鲁斯将其发挥到极致。新闻业成为亨利・福特大规模流水线生产的受益人，同时也是被伤害者。那些才华横溢的记者，常常发现自己的个性倍受压抑，被迫沦为平庸编辑的牺牲品。

在福特思想已经逐渐被抛弃、统一的格式让位于更富个性的产品的年代，新闻业的管理风格是否也已经发生转变？罗伯特・巴特利，《华尔街日报》最知名的专栏作家，在布莱尔事件发生后说，新闻业的一个时代开始了。在过去半个世纪中，与统一化的新闻编辑风格一致的是，新闻媒体总是试图给自己插上一面“公正客观”的旗帜。它们冷漠地表达，排斥一切个人情感，努力使自己显得站在真相这一边。但事

实上，它们一直被自己的个人好恶左右，并一直拒绝承认这一点。巴特利呼吁应给评论性新闻更多的空间，而不要成为一名“新闻原教旨主义者”——相信事实就是一切，而忽略个人因素。记者其实需要更大的表现空间与更自由的状态，正如约翰·科特对于管理世界的忠告：“这个时代，人人都应该是领导者。”

瑞恩斯用20世纪50年代新闻专制者的方式来治理已经变化了的新闻机构，这种不匹配或许是促使其下台的关键原因。新闻业如同其他最富创造性的行业一样，最重要的资产就是人才，他们的活力与个性决定着这个机构的表现，瑞恩斯刻意地忽略了这一点，同时又对一小部人过分纵容。沃伦·本尼斯在《Fast Company》上给新任总编辑比尔·凯勒提出了管理学上的几条忠告。第一，忘记数字游戏。不管是获得了7项还是15项普利策奖，这都不是《纽约时报》的目的，而只是副产品。不能在报社内部鼓励那种破坏性的竞争关系，从而使整个报社的气氛过分紧张。第二，对有才华的人需要赞许。瑞恩斯本应花更多的时间来鼓励那些杰出的员工。第三，新的总编辑必须打破已经形成的内部联盟，使所有人都意识到，大家都在同一条船上，为了同一个目标而努力。

# 《经济学人》的腔调

生于美国的亨利·詹姆斯与T·S·艾略特都因为受不了本国在文化上的粗俗，而最终移居英国。而对于现今那些标榜自我品位的美国人来说，除了一如既往地对传统欧洲表示敬仰外，还可以加上一条“我的观点来自于《经济学人》”，这同样也适合于这个全球化时代的各国精英们。对于那些商业、政治、文化各领域的权贵们来说，《时代》、《新闻周刊》、《财富》、《福布斯》这样典型的美国新闻杂志，尽管拥有傲人的发行量，却无处不流露着大众文化的粗鄙。它们不仅过于沉迷于事实的陈述，更被美国式的好大喜功支配着，看待问题缺乏超然态度。

而带有浓重英国腔调的《经济学人》则被一种扑面而来的从容感围绕着。它排斥刻意的设计感，拒绝使用大幅彩色的图片，文字的精炼准确与思想的深度力度是其惟一试图突出的东西。每周四，这本全球发行的新闻评论杂志用其刻意追求的坚定而优雅的语调，阐述其编辑对一周来全球的政治、经济、文化事件的深入分析。“它(《经济学人》)的口气仿佛是牛津联合会”，美国杰出编辑詹姆斯·法罗斯对此评价道，“它将自己推向一个过分自信与优越感的位置，似乎羞于仅仅表达新闻事实。”而美国前劳工部长罗伯特·雷为了表现对《新闻周刊》专栏作家罗伯特·萨缪尔森的不屑，致信给该刊编辑说：“我拒绝从《新闻周刊》获取经济新闻，我读《经济学人》——它在伦敦出版。”而普遍的读者则一致承认，《经

济学人》绝对讲究写作。

对于这本为倡导自由贸易而于 1843 年创办的杂志来讲，公然宣称的精英意识、能者统治的姿态是其取胜的关键。即使该刊编辑并非全部是“牛津腔调”，但任何版面的编辑定然是该领域的权威人物。为了保持杂志整体意见的一致性，该刊坚持集体匿名制，这项看起来不可思议的准则，无形中产生了令人惊异的敬畏感。你可以忽略某位编辑的个人意见，但你不能忽略《经济学人》的集体智商。这种传统也与在牛津大学中的所有人（当然聪明非凡）都被简单地称作“先生”（mister）类似。

编辑们相信，他们的读者应该是那些受过优良绅士教养的精英人士。除了手中握有金钱与权力，他们还关心世界和平、非洲的饥荒、全球化进程。同时，他们还要理解迷人的科学发现、门德尔松的音乐，对严肃书籍始终保持着阅读的兴趣。《经济学人》趣味的广泛性与深入性令同行黯然失色，其专门设有“书籍与艺术”重要栏目，对小说、诗歌、历史、博物馆、现代绘画、歌剧进行评论，以彰显其编辑与读者的趣味高雅，不同于一般商业杂志。他们是智力生活的迷恋者，是坚定的世界主义者。

对于读者来讲，《经济学人》的定价是惊人的。125 美元的年订费，暗示了这本杂志并非为大众服务。而这个价格的关键意义，正如《经济学人》报业集团总裁斯卡丹诺所言：“即使我们卖不出任何广告，我们仍可靠发行赢利。”在媒体对广告客户具有压倒性依赖的时代，《经济学人》从容镇定地摆脱了任何可能破坏“编辑独立原则”的市场压力。

“编辑独立是《经济学人》的核心”，该杂志这样傲然宣称。在制度上该杂志母公司禁止任何个人或组织拥有绝对控

股权。《哥伦比亚新闻评论》说《经济学人》提供世界上最稳定的新闻工作。作为编辑，只有“三人理事会”有权聘用或解雇你，因为该理事会与公司没有任何利益关系，它被确保赋有绝对独立权。

这股趾高气扬的“牛津腔调”当然也会遭受怀疑。曾任该杂志“美国编辑”的迈克尔·金斯利说，该杂志在全球不过 60 名全职记者，新闻来源很大一部分要依靠线人（stringer）。这些业余新闻爱好者能够向编辑们提供准确的信息来源吗？《经济学人》也像其他媒体一样，会在非本国问题上犯一些简单粗暴化的错误。金斯利说：“《经济学人》总是给人这种感觉——‘我已经明了事件的重点了’，‘问题很简单，但接下来的三个步骤就极关键了’。”但如何进行下去，该杂志似乎就缺乏兴趣与能力了。

这种指责显然过分苛刻，金斯利显然是按照圣人的标准去要求《经济学人》的编辑们了。不过他自己也承认，在该杂志任职的经历为其个人增添了光彩——在《经济学人》工作能给人一种非凡的荣耀感。

不管怎样，《经济学人》部分减弱了美国媒体文化的影响。当然，像笔者之前提到的，它还给了我们某种虚荣感。J·M·凯恩斯或许是一位典型的《经济学人》的撰稿人与读者：毕业于剑桥，参与挽救即将崩溃的世界经济，与爱因斯坦、萧伯纳保持通信，拥有简洁、明快、典雅的写作风格，有一双修长而优雅的手……

与 J·M·凯恩斯为伍的感觉实在很好

# 专业教育的危机

两项最负盛名的职业教育正遭遇质疑。新创刊的《管理学习与教育学刊》（*Academy of Management and Education*）在对 MBA 毕业生经过一番调查后，得出这样的结论：花费 10 万美元、2 年时间的 MBA 教育对毕业生未来的薪酬及职业前途并无明显作用。加拿大的管理学权威亨利·明兹伯格最近也说，管理课程只对那些已具有管理经验的人才适用。言下之意，你别指望一个 25 岁、一心要爬上高位的愣小子经过 2 年学习，就能对别人发号施令。他跟踪调查了 19 名掌控了大公司的哈佛 MBA 毕业生，结果发现其中 10 位碰上了大麻烦：要么公司破产，要么他们自己离职。

比起商学院，最近的新闻学院更为尴尬。哈佛大学在 1908 年创办了第一所商学院，不管怎样，MBA 在全美最大 100 家公司中的 40 家是由 MBA（不一定来自哈佛）领导的。创办于 1912 年的哥伦比亚新闻学院现今必须要为自己的存在辩护，尽管它的创办人（约瑟夫·普利策）是那么著名，尽管它在新闻领域享受着甚至比哈佛商学院之于商界更高的声誉，但是哥伦比亚大学的新校长李·伯令格却不这么认为。他最近表示，新闻学院必须进行深刻的改革，因为它的课程实在太技术化、简单化了。学生们在这里经过 10 个月的“如何采访、报道”的简单培训后，就拿到了硕士学位。但这些技能在任何报社内都可以学到，他看不出这种教育有何意义。伯令格认为，新闻学院应该更广泛地教授经济学、政治学、

法律，学期也该延长，它有理由像法学院与医学院一样既在实践上具有指导意义，同时在学术本身上也有更高的追求。

笔者之所以转述这两则例证，是因为笔者在现实生活中的遭遇。不久前，笔者所在的公司组织了一次时髦的管理训练。你知道，有关“团队精神”、“管理能力”的培训项目在最近两年如此流行，以至于所有勇于争先的公司领导者都愿意让自己的员工去感受一下“目标管理”与“有效沟通”。对笔者个人而言，为期两天的培训是个沮丧的经历。在种种考验人的项目面前，尽管笔者所在的团队中不乏聪明人，但在积分表现上却令人苦恼。

恰巧，笔者所在的公司又是一家报社，它吸引了一些来自各所著名与非著名大学新闻系的毕业生。但我们却最终发现某些熟记“5W”原则的“新生力量们”不会正常写作，除了熟知的采访要素外根本不知道该问采访对象什么问题。

对于商学院，笔者缺乏发言权。但是，笔者相信管理的短期培训除了像少年时的夏令营一样有一点可玩性外，不具有任何管理意义上的价值。你可以学些财会、心理学、流程上的基本常识，用英语熟练说出“core value”（核心价值）、“strategy management”（战略管理）。但是，一个管理者的核心职责是做决策，他需要宽阔的知识背景与至关重要的直觉，这一点在企业的危机时刻尤其重要。

在新闻领域内，笔者的话可能稍微多一点可信度。今日英国最著名的记者克里斯托夫·赫钦斯在加州大学伯克利分校的新闻学院说，当今的新闻丢失了文学能力，早期的新闻记者从查尔斯·狄更斯等作家那里吸取养分，新闻报道是文学的一个分支。的确，一个不争的事实是，对新闻业影响巨大的常常是非正规的新闻人：亨利·鲁斯是一个知识分子与

准传教士；吉普林与海明威的记者经历鼓舞了后来的年轻人加入这个行列；彼得•德鲁克年轻时是个社论作家，并终身保持着与媒体的热切联系。新闻缺乏独立成为一个行业的能力，它必须不断地借鉴其他领域。我们可能看到一个只懂物理的物理学家成为一名杰出的物理学家，却不可能看到一个只懂新闻知识的记者成为一名伟大的记者。事实上，记者需要成为一名准知识分子。

困扰我们中国同行的最主要问题，并非在于严格的政治控制，或是他们采访技能的贫乏，而是他们还没学会严肃地看待自己的职业。他们首先要成为一名有尊严、有趣味、有眼光的个体，才可能成为一名好的记者。当然，这个要求适用于所有职业。

回到开头，哈佛商学院与哥伦比亚大学新闻学院面临的指责，并非是全然否认它们在技术培训上的非凡贡献，而是对技术环节的深层基础提出更高的要求。这种要求，对于转型期的中国显得更加珍贵。那些总是沉迷于技术性改革的行业是不会具备长久的生命力的。而对于正在建立自己的商业传统与新闻传统的中国同行来说，及早打下更深厚的基础是十分重要的。

不过，必须承认，笔者的要求实在太过分了。

# 英国的启蒙

散文家爱狄生每天要在巴顿咖啡馆泡上六七个小时，当时是 18 世纪下半叶的英国，距离工业革命已经有一百多年。一种前所未有的觉醒意识正在普通英国人中蔓延，对世界的好奇心与对自我独特声音的渴望，成为新兴中产阶级们的主要追求。作为《闲聊者》（*Tatler*）、《旁观者》（*The Spectator*）、《卫报》（*The Guardian*）的撰稿人，爱狄生希望在象征平等的咖啡馆中探求对事件的争论与新观点。与当时其他英国报刊作家（如斯蒂尔）一样，爱狄生深知，公众亟需一种新的美学标准与道德准则。

同时期，一群德国知识分子在“星期三俱乐部”争论一个关于“启蒙”的话题，就连伊曼努尔 康德也加入了讨论。这位严肃的哲学教授宣称，尽管欧洲尚未被完全启蒙，但很显然，他们生活在一个启蒙时代。当时是 1783 年。

如今，我们承认“启蒙运动”——这场发生在 18 世纪、席卷整个欧洲的思想活动，洗刷了西方文明的一切领域，理性、民主、科学的观念变成了新的信仰，现代西方文明由此开始。当然，我们很愿意将这种成就归功于法国人。伏尔泰的机智、卢梭的不妥协、狄德罗与达朗贝尔艰苦卓绝的努力，当然还有血腥的大革命成了这场风暴的惟一注解。按照今天的观点，逡巡在法国贵妇沙龙中的法国知识精英们是启蒙运动的绝对主角。他们的深刻思想是爱狄生、斯蒂尔所无法企及的。

在新著《现代世界的创造——英国启蒙运动的未知历史》中，英国教授罗伊·泼特反驳了流行的启蒙运动研究对于英国历史的忽略。他提出了一个令人信服的观点：英国的启蒙运动更安静、更宽容异己。由于君主立宪制的确立，较早受惠于工业革命，英国社会相对富足，中产阶级群体更为庞大，“革命或激进”对于他们缺乏吸引力。而且，英国的知识精英们不像他们的法国同行那样善于表演，他们更崇尚实用主义，单纯的乐观与好奇是他们在公众面前的形象。不管是亚当·斯密还有休谟，他们更希望自己的观点可以有益于公众，而非激起他们的狂热。

报纸与杂志在英国式的启蒙运动中发挥了关键影响。1770 年,伦敦有 9 份日报、50 份周刊，每年总发行量是 1200 万份。爱狄生、斯蒂尔这样聪明的观察者与思考者通过这些报刊，不断向公众灌输着知识精英们的理想与追求和那些不断涌现出的发现。一个庞大的阅读群体在英国形成了，英国公众们通过廉价的印刷术越来越详细地了解到世界正在发生的变化。探讨爱狄生的随笔成了 18 世纪中产阶级们的日常话题，这种探讨背后，可能正是亚当·斯密对于经济学的重新定义。而在这样的阅读群体中，阶级之间的对立已经不再那么明显了，民主成为一个越来越可能实现的目标，理性则自然成为其生活的指导原则。

至于妇女们,在 18 世纪末，小说成了她们主要的精神生活。写作与阅读小说，让妇女们逐渐摆脱了男权意识与阶级差异。

在罗伊·泼特看来，英国的知识精英与报刊作家们将启蒙精神真正地带入每一个英国家庭中，让启蒙所追求的“理性”成为英国公众普通生活的必要元素。而这样的结果必须

要感谢商业印刷术的成功，正是技术的革命促使了信息的极大丰富，使讨论与客观成为可能——在繁杂的事物中，运用理性是基本要求。

历史从来都是偏爱戏剧性变化的。法国启蒙者强烈的个性特征、法国公众所制造的流血与暴力，让历史学者更乐于研究它，并为它披上迷人的“浪漫主义”外表。但是，18 世纪的法国公众其实并不幸福。他们呼喊着卢梭激动人心却又相对空洞的口号，冲入巴士底狱后倍感迷惘。激烈的革命运动除了为抒情作家提供写作素材外，缺乏实质的帮助。时间回溯到 18 世纪中期，年轻的卢梭来到英国，陶醉于这个国家的安定与宽容，在回忆录一再感慨。对于爱狄生这样的报刊写作者来讲，这是最大嘉奖，正是他们将才智分享于公众，营造了这种宽容与宁静。

# 杰出的经济学家，平庸的专栏作家

《商业周刊》的大多数专栏都不忍卒读，这是一份在文字美感上缺乏追求的杂志。专栏作家们，尽管大名鼎鼎，不管是伦敦商学院院长劳拉·泰森，还是耶鲁大学管理学院院长杰弗里·加藤，都是仅仅能够将文字写通顺。他们的笔调中充满了平庸的智慧，他们的判断从来也不会超出我们的想像。他们无非是在“9·11”发生后坚持自由贸易，重思商业领袖的责任，或是对布什的减税计划的一个新进展表示反对或支持。最近读到的《不再神圣的经济学》是该杂志另一位专栏作家罗伯特·J·巴罗的专栏文集，同样的，不要指望在这里面发现这位全球最著名的宏观经济学家的真正思考，尽管该文集拥有“面向新千年的经济学观念”这样的副标题。

作为哈佛大学的经济学教授，没人忽略巴罗先生在学术领域的杰出地位，他是宏观经济学、经济增长理论与货币理论领域的杰出专家，他出版的《宏观经济学》是许多国家大学的课本。但是，你不要指望他在不超过2000字的篇幅里展现这种才华。这么小的篇幅需要紧扣新闻的专栏，仅仅能够展现立场与结论，而不是分析，同样更容不下巴罗喜欢的数学分析。它能表现的是宽度，而不是深度；是形式，而不是内容。

《不再神圣的经济学》收录了38篇文章（其中一部分来自于《华尔街日报》),时间跨度由1991年至2001年，它的内容包括从亚当·斯密的理论到布什的经济政策，乃至摇滚

明星博诺的政治主张与美貌经济学。巴罗在他的专栏中用一套无所不能的经济学家思维方式，来考察社会生活中的方方面面。就像他在序言里所说："无论是研究诸如经济增长和货币政策等规范的经济问题，还是研究诸如民主、美貌和堕胎权力等非规范问题，我都是运用基本的经济学原理进行分析，研究方法是相同的。"于是，立场成了专栏作家最重要的武器。尽管在大学时代对凯恩斯着迷，但巴罗最终选择了自由主义（或是古典主义)的立场。他倾向于 19 世纪的自由主义哲学，而在这种体系中，政府尽管作用显著，却常常容易犯错误，它的最重要的作用除去保护国家安全外，还涉及到界定与保护产权问题。在更多的方面，它不应该有太多的发言权。在巴罗的大学年代（20 世纪 60 年代），人人都还是凯恩斯主义者；但今天，巴罗则坚定地追随了弗里德曼，奠定他的思维方式的是《资本主义与自由》。所以，你可以轻易地发现他的经济学与政治学的立场。他是个右派，他喜欢共和党，他喜欢效率甚于平等，他喜欢分析而不是情感。

自加里·贝克以来，对新闻事件与社会问题进行经济学分析已不再新鲜。这使得《不再神圣的经济学》中最引人瞩目的是作者对于逝去的伟大经济学家的分析，而对同代学者的评论，当然更不必不可少。在 38 篇文章中，我们遭遇了米尔顿·弗里德曼、加尔布雷斯，拉里·萨默斯、格林斯潘，出人意料地还有 U2 的主唱博诺。他对于名流云集的世界经济论坛的观感也值得一读——这的确是一场毫无实用价值却充满观赏意义的聚合，他还说格林斯潘是"呆子花匠"，被一种莫名其妙的迷信所保护。

除了少量风趣的名人故事，这本 198 页的小册子中没有太多的精彩言论，或是角度出奇的观点。最令人不满的，是

他的写作过于平淡，也没有思想能够拯救这种平淡。在某种意义上，美国的专栏作家距离英国的“ essay ”传统还相去甚远。19 世纪的英国政论家与散文家总能够在短短的篇幅内表现出思想的庄重与语言的美感，而今天的《经济学人》仍留有这种风格。巴罗先生试图使经济学变得更通俗易懂。然而，他在普及经济学思想的同时，却使思想本身变得不无廉价性，就像你在阅读《商业周刊》文章时的感觉，这些廉价信息的结合体，并没有赋予正在发生的新闻以严肃的意义。

# 重建公共知识分子传统

哈耶克是20世纪最有力的公共知识分子的抨击者之一，他认为“（他们是）倒卖观念的职业好手”，尽管他在后半生也成为该行列中最著名的一员。记者、教师与媒体代表，这些典型的公共知识分子类型，在顽固的哈耶克眼中，就是那些“在有了些道听途说的科学知识以后，便自封为现代思想的代表……肩负着向公众提供新观念责任的人”。在战后那场席卷世界的集体主义潮流中，势单力薄的哈耶克发现这些一知半解的公共知识分子占据着舆论的中心，他们煞有其事地作出漏洞百出的判断。

理查德·波斯纳——美国杰出的联邦法官、芝加哥大学法学教授、不可置信的高产作家，是哈耶克的继承者。在2002年出版的《公共知识分子》一书中，他继续鄙夷这些倒卖观念的职业好手。他认为，专家不应该超越自己的专业领域发表言论，而那些依靠媒体与出版业生存的所谓知识分子则沦为市场的奴隶，他们的工作质量不敢恭维。他举例说，那些广泛谈论微软反垄断案的“媒体权威”其实根本不了解关键问题所在。同样，广受欢迎的生物学家斯蒂芬·杰·古尔德在写作科普读物时也不该涉及人工智能问题，因为他并不了解……而波斯纳除了饶有兴致地为最受媒体与观众欢迎的公众知识分子（亨利·基辛格名列第一）列出排行榜外，还提出了这样的警告：不要自作聪明，对超出专业范围的议题发言。“很不幸，波斯纳同样没办法证明他是知识分子问题的权

威”,拉塞尔·雅克比在《洛杉矶时报》书评上反唇相讥。

在 1987 年出版的著作《最后的知识分子》中，拉塞尔·雅克比表达了对美国知识界的深度忧虑，即真正的危机是知识分子这一群体正在消失，它们被专业化程度过高、狭隘的学院专家们取代。雅克比心目中最后一代知识分子是 50 年代以丹尼尔·贝尔、加尔布雷斯、特里林为代表的纽约文人圈。他们用优雅、清晰的笔调关注广阔的问题，致力于为有教养的人群写作，而如今专家们的意见只有少数同行可以理解。判断知识分子的标准何在？在这个问题上，没有人比法国人班达的定义更具感染力：“他们的本质不是追求实用的目的，而是在对艺术、科学或形而上学的思索中寻求乐趣。简言之，就是寻求非物质方面的利益，因此也在用某种方式说‘我的国度不属于这个世界’。”在这个定义之中,所谓公众知识分子或是学院分子、记者还是大学教授这样的角色定义失去了意义。

在《资本主义文化矛盾》中，丹尼尔·贝尔这样描述现代文化的特性——宫廷乐师、行吟诗人与修道院的僧侣如今变成广告撰稿人、专栏作家与公共形象设计者。被长期拘禁在牢狱中的意大利人安东尼奥·葛兰西得出了类似的结论，他以更开放的心态扩大了知识分子的范畴。除了传统的知识分子，葛兰西创造了“有机知识分子”这一名词，指伴随商业社会而生的人员，他们可能是工业技术人员、政治经济专家、律师，他们的工作更多运用的是智力而非体力。葛兰西在 20 世纪 30 年代的判断在今天显得更为准确。彼得·德鲁克称我们正在进入一个知识型社会，伴随着官僚体制的崩溃，人们逐渐从刻板的工作中解脱出来，有了更多的自由，而新型的工作也需要更多的激情、创意。刚刚过去的“dot-com”风潮似乎正暗示了这股新潮流。彼得·圣吉所说的“学习型

组织”风靡全球，学习变成了不倦的、终身性的工作。60年代的西方青年喜欢说“人人都是艺术家”，我们今天是否可以说“人人都是知识分子”？

爱德华·萨义德在BBC电台的里斯讲座上讲，纯属个人或纯属公众的知识分子都不存在，只要你用文字表达，就意味着要进入公众视野。兴趣广泛而优雅的萨义德得出了自由的知识分子定义：“知识分子是以代表艺术为业的个人，不管那是演说、写作、教学或上电视。”约瑟夫·康拉德将文学创作比成黑暗中的救援工作，作家将人们从无意识的黑暗状态中拯救出来。而在班达、雅克比与萨义德心目中，知识分子则一直在打破日常生活的平庸与乏味，他们的武器是强烈的好奇心，他们力图赋予暗淡的现实生活以意义，而敌人则是一切循规蹈矩与面目可憎的重复。

让我们回到哈耶克与波斯纳的嘲讽。笔者承认他们的批评都有道理，他们厌恶的是那些未经过思考便盲从既有观念的应声筒。但是，他们的偏激（尤其是波斯纳）妨碍了他们看到更深的危机，知识分子的真正陷阱是沦入过度专业化与技术化，失去对更广阔世界的好奇心。他们不是过度传播新观念，而是对新观念浑然不觉。况且，我们不应要求每一位活跃思考的知识分子都作出正确的判断，他们最重要的职责是保持不停的思考。

当这场争论跳跃到中国的语境时，我们则面临更加复杂的状况。长期以来，我们将知识分子的角色混同于各种类型的技术专家、工程师、医生或是社会学教授。只要他们具有专业知识，受过大学教育，他们就是知识分子。但同时我们也承认，将知识分子这一角色过于理想化同样是个错误。一些中国学者顽固地将之塑造成类似索尔仁尼琴那样的异议分

子，他们只强调知识分子批判性的一面，却忽略了批判本身并非目的。当为了批判而批判时，批判本身就成了一种机械的重复，失去了知识分子最珍贵的思考能力与创造精神。

对于在20世纪90年代成长并成熟起来的中国青年来说，他们经历了一个知识分子气质极度匮乏的年代。我们是怎样度过大学时代的——那些陈旧的教材和日复一日被转述的陈腐的知识。甚至可以这样说，90%以上的中国大学生其实从未接触过真正意义上的教育，他们被教会背诵、服从、考试，却缺乏自己的想法和创建性思维。更多的知识匠人代替了知识分子，他们无力对变化的外部世界做出反应。在转型期必然出现的价值混乱中，我们听不到他们清晰有力的声音。

“大学不再像过去那样受人青睐。”伦敦经济学院前院长安东尼·吉登斯说，大学不再是知识生产的惟一中心，它拥有越来越多的竞争对手，它们是思想库、研究代理商、调查代理商、管理咨询公司和媒体公司等。而在令拉塞尔·雅可比憧憬不已的美国知识分子的黄金年代中，很多杰出知识分子是为《时代》、《新共和》这样的杂志工作的，他们中的一些人甚至认为学院工作会束缚他们的创造力。而在中国，更尴尬的是，当我们的大学仍未拥有（或恢复）它的知识中心的地位时，类似思想库、媒体这样的竞争对手也未成熟。思维上的普遍混乱与平庸状态不断提醒人们，整个社会是多么需要知识分子与他们所代表的气质。或许，在20世纪80年代，我们还拥有李泽厚、刘再复，拥有“走向未来丛书”，能鼓舞社会最活跃的阶层更广泛地参与知识或公共事务讨论。

“《时代》对于美国教育的作用大于美国所有教育系统的总和。”这是芝加哥大学前任校长罗伯特·赫钦斯对亨利。鲁斯所创办的杂志的影响力的评价。

# 马修 · 阿诺德的遗产

文化能做什么？当诗人马修 · 阿诺德在 19 世纪 60 年代试图在英国讨论这一问题时，文化似乎正陷入一个真正可悲的境地。在出版于 1869 年 1 月的《文化与无政府状态》的序言中，46 岁的教育调查委员会巡视员阿诺德引用了当时最为流行的论调——“那些奢谈‘文化’的人，无非是在一知半解地摆弄希腊文、拉丁文那两门死语言而已”，“当下最愚蠢的高谈阔论莫过于满口文化了……要论掉书袋、缺心眼、少理智，没人能比得过文化人”。

这是维多利亚时代的英国，一个历史学家艾瑞克 · 霍布斯鲍姆所说的帝国的年代。英国不仅拥有世界最强大的武装，它还是当之无愧的世界工厂，生产着全球一半以上的钢铁与纺织品，伦敦是国际商业与金融的中心。这也是一个民主兴起与物质至上主义兴起的年代。“英雄崇拜症”患者托马斯 · 卡莱尔 1967 年将民主体制比作“尼亚加拉大瀑布”，英国政府“迟早有一天会跳下去”，贵族政治与文化传统在民主化浪潮中将遭遇越来越严峻的挑战。而新兴的中产阶级则纷纷陷入了典型的物质崇拜症中，这种精神直到 1909 年仍让 H · G · 韦尔斯惊奇不已：“作为这个阶级，他们谈的、想的和梦的都是财富。’马修 · 阿诺德发现，他的同胞竟然将煤与钢铁视作“国脉所系”，机器则成了公众的信仰。

在这个熟知希腊文化与罗马文化的英国学者眼中，这是一个真正的历史性时刻。贵族们充满傲慢，鄙夷大众文化的

兴起，虽然在他们身上延续着很多杰出的传统，却常常是沉溺于形式主义当中；中产阶级常被报刊称作为国家的支柱，却往往阴郁沉闷，眼界狭隘，“相信日子富得流油便是伟大的幸福”；刚刚获得政治地位的劳动阶层，仍然被贫困与无知困扰着，在 19 世纪后半叶的欧洲，他们是危险、不安与盲动的代名词。

阿诺德给这三个阶级分别命名“野蛮人”、“菲利士人”与“群氓”。它们力量的此消彼涨，使传统的社会组织陷入瓦解，混乱与迷惘也接踵而至。马修·阿诺德相信，唯有文化才是解决这种混乱的有效手段。阿诺德心目中的文化，不是僵化的精英文化传统，更绝非仅仅满口拉丁文，它是从属于任何阶级的任何个体自我修养的需要。在一个价值失衡的年代，阿诺德渴望文化取代日渐衰落的宗教与哲学，以至于他说：“我们目前视为宗教和哲学的绝大部分东西将被诗歌取代。”对各种事物的好奇心，对希腊精神中所推崇的“美好的与光明的两种事物”的追求，是阿诺德心目中文化的真正要义。它既来自于希腊的伟大传统与摆脱时代区域的经典，也来自于其他国家的文化成就。阿诺德本人既钟情于荷马与索福克勒斯，也欣然接受了海涅与托尔斯泰。马修·阿诺德一生都在实践他的这种理想。尽管像很多杰出的作家一样，他面临着公务员与作家两种职业的纠缠，但他对于利用教育来将文明理念渗透至每个人心中的热忱却很少消退。如果我们说 16 世纪的路德使人人都是传教士，20 世纪 60 年代的美国使人人成为艺术家，那么身处 19 世纪 60 年代英国的马修·阿诺德，则渴望人人都是文化的信仰者，每个人都能力图使自己变得更聪明、更有教养，成为和平世界的更有力的保障。

像很多薄薄的小册子一样，《文化与无政府主义》是演讲与论战的产物，我们甚至可以说，它带有过分强烈的即时色彩，充满了那些早已被遗忘的论敌的名字与观点，几乎像是一部长篇的新闻稿，或者一位写作过分冗长的专栏作家的专栏文集。但是，它却熬过了漫长的时日。事实上，一个多世纪后的今天，它几乎成为阿诺德先生最负盛名的作品。作为批评家的阿诺德的声誉超越了作为诗人的阿诺德，作为社会批评家的阿诺德超过了作为文学批评家的阿诺德。这是因为，阿诺德提出了几乎每个过渡社会都会面临的难题，即当一种旧传统已破碎而新传统尚未建立起来的时刻，我们该如何面对这种转变。同样重要的是，阿诺德表现出一种已经失传的气质——知识分子在价值混乱的社会生活中所扮演的中心角色。他从未将自己局限于专业的诗歌或是文学批评领域，而是将自己的智力勇敢地运用到公共生活中的每一部分。就像牛津大学教授伊格尔顿所说，在阿诺德时代，传统的、胸怀宽广的文人正日益被专业化的学人和市场导向下的商业写作所替代，而阿诺德“穿越于诗歌、批评、期刊杂志和社会评论之间……他拒绝被绑缚在单一的话语领域内，他致力使思想对整个社会生活产生影响”。

《爱丁堡评论》是阿诺德传播这种思想的最重要的场所之一。事实上，在整个 19 世纪，没有任何事物能像这本杂志的成长那样更好地代表了英国的知识精英与公众之间的联系。29 岁的弗朗西斯·杰弗里在 1802 年创办了这本杂志。在由托利党主宰的苏格兰，这位年轻的辉格党人与年龄相仿的朋友试图打破稳固而缺乏生气的托利党社会。

当时的新兴中产阶级对《爱丁堡评论》立刻产生了共鸣。他们明显地感到，《爱丁堡评论》在抨击他们面临的问题时，

使用他们的语言，持有他们的观点……《爱丁堡评论》尽管价格昂贵——每本 5 先令，只有富裕的人才购买得起，但它却迅速赢得了正在崛起的英国中产阶级读者的青睐。他们惊喜地发现这本观点独立的杂志（杰弗里直觉地坚持编辑独立原则，这在杂志普遍依赖于书店的 18 世纪是不可想像的）让他们更迅速与深刻地了解了亚当 • 斯密的经济学观念、大卫 • 休谟的哲学思考、彭斯的诗作，读者与编辑一同在这本杂志就最新的政治与文化现象进行即时和充满智力性的讨论。谈论《爱丁堡评论》上的文章成了 19 世纪初英国有教养家庭的日常练习。

《爱丁堡评论》的两位热情的效仿者《威斯敏斯特评》、《评论季刊》,几乎塑造了 19 世纪的英国知识界与公众舆论。整个 19 世纪的知识分子，从黑兹利特、托马斯 • 卡莱尔到约翰 • 斯图亚特 • 密尔、马修 • 阿诺德、阿克顿勋爵，都与它们紧密相连。尽管代表着不同的政治立场，但是它们都致力于在公共生活与智力训练之间建立起坚强的纽带，致力于培养出一个真正有教养、有理解力的人群。尽管在 19 世纪初仍代表着进步与活力的中产阶级到了 60 年代变成了令阿诺德鄙视的拜物者，但是没人能否认，他们正在变得更有教养起来，他们正在试图利用已获得的财富，笨拙地为自己装饰上文化的外表。

200 年前的《爱丁堡评论》与 150 年前的马修 • 阿诺德能为今天的中国提供某种启示吗？尽管我们并非是文化决定论者，但却像阿诺德一样相信，文化可以在一个缺乏价值判断的年代为世人提供一个强有力的参照。在很多时刻，阅读《文化与无政府状态》似乎就是在阅读今日的中国，只不过那些“钢铁与煤是国脉所系”演变成“ GDP 增长是国脉所

系”。在过去的半个世纪里，幸福生活的标志从“楼上楼下，电灯电话”发展到“有房有车”。我们所追求的小康社会的标志，竟然是以“是否拥有第二套住房”来衡量。不错，越来越多的人将中国视作重新崛起的大国，但是仍有不少观察者将中国视作为某种层面上的“经济动物”。我们仍未学会如何将物质力量转化为精神力量。同时，在中国社会内部，我们更常常被眼前的混乱不堪所迷惑。仅仅一场传染病的危机，我们就发现那些古老的、陈腐的观念重又变成了社会的主流，公众的迷惘情绪令人吃惊。我们若真生活在阿诺德所说的“群氓时代”，而我们新兴的中产阶级在尚未表现出朝气与活力之前，就已经准备一头扎入物质主义与狭隘眼界的怀抱，我们该如何引导他们？如何帮助他们提高自己？

我们相信，知识精英应该在这种过渡社会中扮演更为重要的角色。正如阿诺德先生的观点，文化人绝非软弱与边缘的象征，他们应该更积极地参与到公共生活中，甚至在政治领域里，文化人都可能比固执的政客们更加出色。阿诺德先生拥有一个希腊式的理想，而“生活希腊化”是他对英国社会最重要的劝告。在那个更为伟大的时代，政治家与知识精英间没有界限，审慎的思考与热情的辩论是整个社会热衷的生活。（当然，我们要摆脱苏格拉底的厄运。）当然，这个前提是，知识精英还未蜕化成“日益被专业化的学人和市场导向下的商业写作者”。

尽管我们相信文化是一种必须被引入的社会判断标准，但却被这个词语蕴涵的过分繁杂的理念弄得不知所措。“希腊化”或许适合于阿诺德时代的英国，却不是现今中国的解决之道。我们一方面应该从被迫断裂的传统中寻找精神资源，同时也必须借助更为广阔与久远的世界文明传统，而它们之

**间似乎又总是会形成某种冲突。但不管怎么样，有些准则几乎是永恒不变的，即每个人都应该通过提高自我修养而变得更加聪明，更加优秀。这应该是一项集体性的功课，尽管它不可能被全部完成。就像阿诺德所说：“当一个国家出现全民性的生活和思想的闪光时，整个社会则将充分浸润在思想之中，具有感受美的能力，聪明而富有活力——这便是人类最幸运的时刻。”我们在等待这样时刻的到来。**

# 跋

在 2002 年 1 月三联版的《良友忆旧》上， 94 岁的马国良像顽皮的少年一样嘲笑了亨利·鲁斯。对于 1936 年 11 月创刊的《生活》，出版人亨利·鲁斯吹嘘说：“1936 以前……从来没有过一本大型的、以图片为主的、大众化而又便宜的刊物。”

马国良却纠正道，《生活》的出版人若不是坐井观天，便是缺乏调查研究，早在 1926 年上海便诞生了《良友画报》。这部回忆录，像很多老一代中国文学青年的回忆录一样，由无法拼接、创造力不足的断片构成，但是它仍散发出某种心醉的气质。就像曹聚仁重忆《大公报》、谢泳挖掘《观察》的遗迹，或是李欧梵追溯 20 世纪 30 年代上海的文学与新闻生产一样，有关《良友》的记忆，沟起了不安现状的知识人与准知识人对于一个臆想中的“黄金时代”的唏嘘情感。

中国知识分子很少遭遇这样一个自由与有影响力的时代。由晚清政权到现代中国的转型，以往强大无比的中央政府失效了，传统文化也变得前所未有的脆弱。人们生活在一个旧传统破裂、新传统尚未建立的混乱期，这种混乱给予了任何创造力与新事物以阔绰的空间。

像现代观念一样，中国新闻业也是被迫西方化的产物。自 19 世纪初开始大批涌入中国的传教士，在 1840 年至 1890 年期间创办了 170 余种中外文报刊，其中包括 1872 年创刊的赫赫有名的《申报》。这些林林总总的出版物开始培养中国最

开放的城市中的一些有闲阶层的阅读习惯。但直到 19 世纪末，借助了最著名的知识分子的力量，中国报纸的影响力才达到一个新的高峰。梁启超令人惊讶地承接了中国明星知识分子的传统，他的报刊体文章是古代雄辩家气势与通俗化语言的奇异结合。更重要的是，他打开了观察世界的眼睛，为涌动着变革浪潮的中国指引了一个看似可行的方向。他先后创办的《时务报》与《新民丛刊》是 19 世纪 90 年代至 20 世纪初最具影响力的报纸。当时的湖南少年毛泽东如很多同代人一样，被梁的文章激动得热血沸腾。但梁启超的成功也暗示出中国新闻业（或许可以扩大为整个媒体行业）的必然性弱点——它是文人传统的分支，而非真正的现代新闻与商业传统。就在梁启超获得空前成功时，也是普利策与赫斯特在纽约争夺战的激烈之时，意识到即将被年轻与野蛮的赫斯特击败的普利策在临终前创办了《哥伦比亚新闻评论》，为那些有志投身于此职业的年轻人提供专业训练，并设立了普利策奖。中美两位最著名的报人的个人志趣的差异，同样标志两国新闻业的迥异。尽管它们的起步时间相差并不多，却通向毫无关联的方向。

20 世纪 20 年代令人无限怀念，因为新文化运动为它奠定了基调：新鲜的，活跃的，自由的，有创造性的，缺乏教条的。处于青春期的中国知识分子除了依靠学院外，媒体也是他们施展自己才华的空间。他们创办或改造了一家家报刊，将它们变成了新文学、新思想的阵营。政府失控带来的自由空气与经济发展培养的文化消费市场促成了这个行业不规则且旺盛的发展。但新闻人往往只是教授、作家、翻译家这些身份的一个延伸而已。当时广受欢迎的专栏作家鲁迅更多地被人铭记为作家。当然，一些更为职业化的新闻人也的确开

始登场，新闻业本身产生的利润也逐渐可以满足他们的生活。但是，当时新闻业中浓郁的理想主义气质至今仍令人汗颜。夭折的《良友画报》与《申报》是当时媒体行业的表率，但刚刚度过 100 岁生日的《大公报》似乎更令人尊敬。

1926 年 9 月，吴鼎昌、张季鸾、胡政之三人接管了 1902 年创刊的《大公报》。出版人吴鼎昌拿出 5 万元以创办一家不受政局左右的报纸。在《本社同人声明》中，他们写道："没有干预言论的股东，也不受社外任何势力的支配。因此言论独立，良心泰然。而我们同人都是职业报人，毫无政治上、事业上甚至名望上的野心，就是不求权，不求财，并且不求名。"这份声明所提出的"超越党派的公正原则"是阿道夫·奥克斯 1896 年接手《纽约时报》时的根本理念，它是成熟的新闻业的基础。三位办报者誓言的真实性我们无从考证，而吴鼎昌最终加入政界也得力于《大公报》的声誉。但就其姿态而言，他们无疑被一种更高的理想所驱使，即将自己视作一家值得尊敬的公共机构。

《大公报》的成功证明了这种理想主义的生命力，它在国难年代成了最受尊敬的报纸。它对于抗战的报道，对于国共两党的中性报道，赢得了蒋介石与毛泽东的共同兴趣。

就其形态而言，《大公报》在三四十年代的表现相当成熟，它建立了更为广泛的通讯社，在版面设计上也采用了更有想像力的方式。它对于世界局势的广泛兴趣，对于中国现代化进程的强烈关注令人吃惊。它派记者前往苏联采访工业建设，披露 30 年代初的国际贸易报告。它关于"农村破产"、中国共产党在西北的状况与抗战沦陷区的报告令人震惊。它开辟的类似《经济周刊》、《科学周刊》、《星期论文》等严肃副刊，力图拓展中国人的智性生活。在重新翻阅《大公报》时，你

会发现除了诸如范长江这样的杰出记者外，该报几乎号召了当时所有的知识精英，包括胡适、丁文江、傅斯年、梁实秋、张申府等。他们中的一些人后来直接参与了国民党政府在 1935 年的重组，构成了耳目一新的“人才内阁”。而吴鼎盛辞去总经理职位后，就任国民党政府实业部部长。

梁启超“文人论政”的传统深刻地影响了中国的媒体传统，社论写作者在当时的报纸中占据了至高无上的地位，《大公报》的主笔张季鸾与王芸生常常等同于《大公报》。但是，该报更富开创性的努力是经济独立，它逐渐向一个更成熟的商业与公众机构演进。当梁启超个人出现状况时，他领导的报纸的消亡速度和他崛起的速度同样快。“文人论证”的传统贯穿于民国年代。从陈独秀 1915 年的《新青年》,到胡适的《现代评论》,再到 20 世纪 40 年代后期的潘光旦等人筹办的《新路》，这些知识精英有着“报国心”与创办“新共和”的志向，却不知道如何将自己的理想坚持到底。当出现个人变动或是发生经济危机时，这些媒体就夭折了。与此类似的是那些知名的与不知名的文学青年们创办的形形色色的刊物。在形势有利时，它们如雨后春笋；当生存环境严酷时，它们则是深秋的落叶。而那些大大小小、昙花一现的报纸更是如此。

在阅读有关《大公报》的文献时，吴、胡、张三位改造者的胸襟与远见，对新闻业的深刻理解仍超出了我的想像力。他们既意识到“经济独立”是报业生存的基础，同时更明确地认识到报纸绝非一般的商业机构，它肩负着更为崇高的使命。而由于当时中国面临的种种困境，使中国的媒体呈现出与西方正统不一样的性格。在 1941 年接受密苏里新闻学院的荣誉奖章时，总编辑张季鸾说：“中国报有一点与各国不同，就是各国的报是作为一种大的实业经营，而中国报原则是文

人论政的机关，而不是实业机关。这一点可以说中国落后，但也可以说是特长。民国以来中国报也有商业化的趋向，但程度还很浅。以本报为例，假若本报尚有渺小的价值，就在于按着商业经营而仍能保持文人论政的本来面目。”

而早在 1936 年，为纪念《大公报》续刊 10 周年，报社仿效普利策的做法，拿出 3000 元,分别设立了“科学奖学金”和“文艺奖学金”，以鼓励该领域的人才。在尽量摆脱低级的政治与商业影响的同时，《大公报》力图将自己塑造成一家真正具有影响力的社会机构。它不依赖于政府，却试图影响政府；它启蒙民众，却拒绝成为乌合之众的情绪发泄场所。当九·一八事件发生时，全国民众沉浸在一片抗日的爱国情绪中，《大公报》却理性地强调：“为国家前途计，绝不能作孤之一掷，所以仍旧主张保持和平，培养国力，而不取激烈态度……”即使报馆与张季鸾本人都为此收到邮件炸弹，却仍坚持“宁牺牲报纸销路，也不向社会风气低头”。而在西安事变时，他也坚持和平解决的途径，并在西安空投了 40 万份社论。但这一切并不影响它对于国民党政府的激烈批评，对于共产党人的充分报道。

我们当然承认，任何新闻机构都是某一种力量与利益的代表。尽管新闻工作者不断强调新闻的“客观性”与“公正性”，媒体仍主要是其创办人与经营者的意志的反映。一个低级的经营者，要么倒向政府，以寻求自己的政治前途，要么倒向民众，以寻求销售量或是名声，要么倒向商人，以成为其中一员。但一个伟大的经营者，则往往会有政治家而非政客似的理想。他寻求一种令人尊敬的影响力而非肤浅的名声，他试图促进社会的进步，他将自己的个人幸福置于一个更广阔的语境。

就在《大公报》的影响力逐渐达到新高的 1935 年，阿道夫 · 奥克斯领导《纽约时报》 39 年后去世。在他去世时，《纽约时报》的严肃作风使它与英国的《泰晤士报》并称“报纸中的报纸”，两位媒体评论家在 1999 年如此区分他与同代报业领袖：“赫斯特、普利策、贝奈特追逐的是金钱、政治权力与声名远扬，而阿道夫 · 奥克斯追求的则是受人尊敬。”

奥克斯与他家族的继任者充分相信“社会责任比利润更重要”，这种精神在亨利 · 鲁斯身上也同样鲜明，而在 50 年代至 70 年代的美国新闻界也广被承认。这个时代被今日的新闻从业者追忆不已。彼时，新闻业是商业机构的一种形式，却又不太一样，记者们不用像公司员工那样循规蹈矩。记者们被描绘成一群不安份的家伙，他们到处和权势对着干，对大人物冷嘲热讽。“扒粪运动”留下的一个光荣传统就是，记者们要揭穿表面光鲜的家伙们不可告人的秘密，不管他是洛克菲勒还是尼克松。他们在乱糟糟的工作间里面抽烟、喧哗，用破旧的打字机写作。他们受的教育可能不多，却充满活力。他们是天生的自由派，讨厌一成不变的生活。他们的老板似乎还喜欢这样：庞奇 · 苏兹伯格不害怕《纽约时报》被政府告上法庭，凯瑟琳 · 格雷厄姆准备用整个公司下赌注来信任她的总编辑与两个追查水门事件的年轻记者。这种风气多么鼓舞人心，拉塞尔 · 贝克在《纽约书评》上评论说。

但现在呢？除了《纽约时报》与《华盛顿邮报》，几乎所有的媒体都成为一个超级大公司的一部分，这些公司还都上了市，公司领导人首要目标是赚钱，而非创造出杰出的新闻。从前，媒体公司的老板只要求百分之几的利润，而现在这个比例普遍被要求增加到 20%。曾经傲慢无比的《时代》杂志现在不过是那家市值上千亿美元的 AOL-时代华纳公司的极

小部分而已。两位《华盛顿邮报》的记者莱昂纳多·堂尼与罗伯特·G·凯瑟在最近出版的一本书《新闻的新闻：危机中的美国新闻业》中感慨道，现在的报纸不再产生伟大的发行人，报纸的经营者们都只是短视的“数豆子的人（bean counters）”，他们关注的是，能否减少预算、裁员，以达到华尔街那个该死的赢利预期。两位作者认为，过去的发行人像有远见的政治家，而现在的发行人仅仅是职业经理人，他们像卖麦片一样卖报纸，报纸只是赚钱机器，而非社会公器。

“对利润上升的过度追求致使报纸质量下降”，两位作者举出了美国西部地区著名的《圣荷西水星报》，它隶属于奈特·里德报系。当该报颇为能干的负责人J·T·哈里斯被董事会要求获得20%以上的利润额时抗议说，母公司这样的决定会削弱报纸质量，最后他愤而辞职。但该报系的CEO安东尼·里德不为所动。哈里斯辞职的同时，《圣荷西水星报》裁减了10%的员工,减少了10%的新闻版面，而编辑部的预算则比上年度减少了25%。

杰克·富勒，现任《芝加哥论坛报》公司的董事局主席，尽管出身于记者，并且是普利策奖得主，却向两位邮报记者解释了“为何利润比新闻质量更重要”。他承认，现在的《芝加哥论坛报》的错误率比从前要高，而倘若多加些人手，它可以被编辑得更好。但这一切比起华尔街的期望值都不算什么，因为“投资界都在怀疑我们的财务表现”。尽管1999年它的利润率达到29%，但富勒也不打算增加编辑经费，因为这个财务成果是去年的，而投资者都在盯着新季度。

当记者与编辑仅仅变成了一个公司的雇员，那么他们还能创造出有趣的报道吗？没错，新的记者群体比前辈受过更好的教育，写的句子更通顺，衣着也更得体，可是他们似乎

正失去激情与怀疑精神。六七十年代著名的编辑吉姆·贝娄斯最近出版的回忆录则让人们普遍回忆起那个更好玩的年代。那时的贝娄斯正率领着新闻业中一批著名的不肖子孙进行着“新新闻”运动。他们不理会传统新闻业恪守的“事实”、“客观”传统，而将作者的强烈的个人情绪与感受注入报道。他令传统人士憎恨,却赋予了新闻业更多的生气。他鼓励记者们去激怒明星、政客，作出勇敢甚至出格的举动，比如他派人专门报道《华盛顿邮报》的传奇总编辑布莱德利的私生活，发表汤姆·伍尔夫攻击《纽约客》德高望重的总编辑威廉·肖恩的稿件。贝娄斯对他的追随者强调，新闻工作“不应该是生活的附属品，它理应丰富你的灵魂并充满乐趣”。

是啊，这一切都令人怀念。不管是严肃的《纽约时报》，或是《华盛顿邮报》、《洛杉矶时报》、《时代》,还是贝娄斯的离经叛道，都令人怀念。因为它们都反映了其主办者自身的理想气质,不管这种理想是‘社会公器”,还是‘追求趣味”。亨利·鲁斯跟他的广告部主任说，“别老给我讲广告收入。”而老苏兹伯格则总是让《纽约时报》的编辑部里充满小伙子，因为他总担心万一出现泰坦尼克那样的大事件，他缺乏足够的人手去报道。至于利润，只要有就行。在面对美国政府时，《纽约时报》与《华盛顿邮报》虽心存畏惧，却勇敢地挺了下去。

不断合并的媒体公司是解释这种转变的关键原因。现在的公司主导者都是商学院的毕业生，他们更关注的是各种数据分析与财务报表上的数字，而非什么理想。老一代的媒体负责人往往从记者的职位干起，而现在媒体公司的老板则不需要什么新闻背景。即使媒体界的超级明星，三大电视网的新闻主播们都感受到这种压力。他们感到郁闷的是，新老板

只知道收视率，而非节目的质量。

不过这一切的关键因素仍是个人。拉塞尔・贝克在《纽约书评》上说，过去的报业老板或许是“怪异的、专制的富豪权贵，但他们是政治家，而非现在的市场经理”。为贝克做注解的正是普利策、赫斯特、阿道夫・奥克斯、亨利・鲁斯等人。而其中《纽约时报》与《华盛顿邮报》由于家族的绝对控制与杰出的家族传统而没有被兼并，并得意地保持着自主权与传统。这两家是伟大的新闻传统中仅存的硕果。但即使如此，指望它们再次恢复 70 年代的辉煌仍是不可想像的。

张季鸾在 1941 年的密苏里新闻学院曾说，中国报业与国外报业不同。今天，我们在对《大公报》怀着类似美国记者对于当初的《纽约时报》的乡愁时，同样可以意识到这两种怀乡病的不同。尽管面临种种困境，美国新闻界仍处于一种稳定的伟大传统之中。19 世纪刚刚起步的中国新闻业在政治动荡中不由自主地衰落与消亡。而今天，刚刚开始复苏的它又一头扎入了美国新闻界目前陷入的泥淖：对利润的过度追逐。这使我们的处境显得极为尴尬。一方面，我们还未建立起基本的新闻传统，一方面就已迅速地庸俗化。我实在看不出，目前的中国新闻业是否拥有智力性、趣味性，更不用说理想了。

在 20 世纪 30 年代初,胡政之曾说“办报要有原则,政治是灵魂，对国家社会提不出主张，起不了作用，光是想赚钱，又有什么意义。”结果是，《大公报》既坚持了理念，也赚到了足够的钱维持生计。倒是那些一心试图投靠政治势力或是获取利润的报纸在历史上没有留下任何印记。

在某种程度上,我们仍处于《大公报》在 20 年代的地位。我们在一个缺乏新闻独立传统、缺乏商业传统、更缺乏社会

中间机构传统的社会中建立起独立的声音。新闻业肩负着沟通信息、培养群众理性思维、监督政府的责任。而《大公报》在“文人论政”与“经济独立”间做出的良好平衡，仍值得我们再三思考。而从更本质的意义讲，我们或许真的要承认，那一代人比我们更为优秀。吴鼎昌、胡政之与张季鸾间的完美搭配充满着偶然性：他们同留学于日本，有着相似的主张与理想，他们对待事物的观点或许有差异，个人所长也不同，但在整体方针上却有着惊人的一致性与远见。而吴离开《大公报》后，它仍继续发展着，并初步印证了其体制的可延续性。只是，这一切试验的时间都过于短暂，历史最终未能检验出，中国新闻界是否可以出现《纽约时报》这样的常青树，我们也未能看到中国的新闻传统——包括采访写作方式、编辑技巧、经营理念的形成，也未能造就出新闻机构、社会与政府间的和谐关系。如今轮到我们来做这番尝试了。

不过，不管是中国的新闻人还是美国的记者编辑，拥有相似的怀乡病仍值得庆幸。毕竟，还有东西值得我们追忆。那些消逝的人和事提醒我们，我们可以做得多么好！

# 附录一　我要成为世界的一部分

迈克·凯利是在伊拉克一场意外的车祸中丧失生命的，我想这多少会令受害者本人感到遗憾，因为他没有经历萨达姆的雕像被拆毁的历史性时刻，而他已为此等待了很多年。这次伤亡最终激起了我对于战时记者的兴趣。老实说，多年以来，我一直对于这些在前线奔跑的记录员持有保留意见，也从未像其他年轻人那样，听到炮弹在头上呼啸就振奋不已，并对自己说，“看，我在参与并记录历史进程。”

是的，我畏惧死亡，所以当大批中国记者奔赴中东时，我却根本就没有去那儿的想法。我时常用嘲笑的口吻说，你以为你接近了现场就更了解真相吗？我有很多理由来证明自己的“理性与建设性”。的确，客观报道并不存在，它不过是你头脑中已有的偏见的产物，近距离的观察使你看得更清楚，却可能失去了对整体的把握，即真相与真理间是没有等号的……这一切都是沃尔特·李普曼同志在《舆论学》一书中告诉我的。而且在美国决定加入第一次世界大战的 1917 年，28 岁的李普曼也没有选择从军，他觉得前线多一个他这样的小伙子其实没什么用，于是他成了海军部长的助手，一年后开始帮助威尔逊总统起草“和平十四条”。

如今我终于可以不再为李普曼辩解了，他就是畏惧危险。在哈佛念书时，李普曼有一位同样才华横溢的同学叫约翰·里德，与前者的冷静乃至冷血不同，里德总是渴望动荡的生活。十月革命时，他兴冲冲地跑到那里，写了《改变世

界的十天》，接着他又前往墨西哥报道革命事件。他像兰波一样在很年轻时就死去了，却成了美国革命青年的象征，他的作品也同样进入了美国文学的不朽殿堂。

在 24 岁之前，我都以为自己是约翰·里德式的人物，如今却悲剧地发现自己是如此畏惧危险。在表面的热血沸腾下，我更习惯平静的生活，我也从不想真正了解他人和我并不熟悉的世界。我认为李普曼对于暴力与动荡的恐惧，使他对于所谓一线的报道持有怀疑态度，他对抽象的概念比对活生生的事实更感兴趣。就像一位朋友所说的，我是否真的像赛纳河左岸的知识分子，拥有 35 岁的头脑与 65 岁的心脏。

迈克·凯利刺穿了我的虚伪，因为他拥有我尊敬的一切。他不是 BBC 或是 CNN 那些扛着摄影机、肌肉明显比头脑更发达的机械的记录者，他是一名真正的作家、一名伟大的编辑。他的简历光辉夺目。在奔赴伊拉克之前，他刚刚辞去《大西洋月刊》主编的职位，而在过去的两年中，他已使这份倍受尊敬但日趋衰落的杂志重新焕发了生机。他寻找更好的作者，添加了更多尖锐的评论，使它更贴近正在变化的世界。他对于政治的执着，使《大西洋月刊》变得更为硬朗。在“9·11”之后，是他果断地派出最好的调查性记者，斥资 20 万美元完成了 2002 年 4 月号的《萨达姆的世界》,确实是精彩异常。而在入主《大西洋月刊》前，他是美国《国民日报》（*National Journal*）的主编。要不是他与出版人发生争执，他现在可能仍是《新共和》杂志的主编。作为《华盛顿邮报》的专栏作家，他的右派言论虽然让我不舒服，但我却无法怀疑他在新闻报道与编辑上的才华。

1991 年海湾战争前，他需要努力说服《波士顿环球报》

与《纽约客》派他前往中东，但仅仅 6 周后，他生动的叙事能力与独立性报道便奠定了他在新闻界的声誉。而 12 年后，作为两个孩子的父亲，46 岁的迈克 · 凯利为何重回战场？“他希望成为一个见证者，”他的一位同事说，“他仿佛就为了战争而生存，对此充满热忱。他希望看到第二次的行动。”相对其他记者，他有更明确的政治倾向性。他说“暴政是场灾难……就像奥威尔写道的，就像军靴在人类的面孔上的践踏”。他的老板大卫 · 布莱德利在迈克 · 凯利死前的一天曾与他通过电话。大卫回忆说：“他头顶星空，像孩子一样在睡袋中入睡，他对我说，他已经写满了 10 个笔记本。接着他把电话挪离耳边，说道，‘你听到导弹的声音了吗？’”

还有什么比这句话更能打破生活的沉闷吗？在过去的 3 周里，战争与非典型肺言的报道令人厌恶非常。一方面是我们陷入了巨大的麻木之中，另一方面是面对着变得极度脆弱、戴着口罩的人群，我们似乎失去了情感，更失去勇气。我回忆起麦克阿瑟，那位大大咧咧的将军曾在一战时说：“整个德国都造不出一发打死麦克阿瑟的炮弹。”

戴着口罩与躲在抽象的文字背后在本质上是一致的，它们都畏惧面对现实的生活。我喜欢凯利年少时说的“我渴望成为世界的一部分”。我不知道这场战争将怎样改变我对于世界的态度，但有一点的确清晰起来，即智力不能解决一切，很多时候，我们更需要勇气。我也不知道迈克 · 凯利的生活态度能够鼓舞我多久，或许一周后我又将回复从前的状态。我常常标榜自己是生活的旁观者，渴望能够描绘事件的整个轮廓，但我现在越来越怀疑这种努力是否具有价值，因为你可能从不了解具体的情况。迈克 · 凯利给我的最重要的启示是，世界上的各种声音，不管是来自书本中的声音，还是天

**上的导弹的声音，都值得我们去倾听，我们要随时准备抛弃已经获得的稳定生活，投身于另一场或许会送掉性命但却有着未知的快乐的新活动中，这是一个记者，更是每个人都应具备的品质。**

# 附录二　我的商业书籍阅读史

在有关胡雪岩的一切糟糕的著作风行的时候，我刚刚考上大学，那是 1995 年。这是我接触的第一部非政治课范围的政治经济学读本，比它更早一些的是《厚黑学》。它们在短暂的阅读旅程中给我留下了绝非愉快的记忆，因为它们似乎从里到外都很不洁净，但却是市场规范失控年代中那些妄想成功的人们的实用指南。两年后，我在风入松书店吃惊地发现了《读者文摘传奇》、《蔚蓝诡计》、《媒体帝王》与《蓝血十杰》这四本书。对于一个 20 岁的年轻人来说，我从未见过这么有趣和漂亮的书，它向我展现了一个前所未知的世界，一些年轻人利用自己的才智创造的一个崭新的商业帝国。从前我只知道这种故事发生在拿破仑或者是巴尔扎克身上。在我们熟悉的语境内，传奇总是与政治人物、文学家与革命者相伴而生的，而且写作者总是那些早已死去的作家，而非仍然健在的人。况且这四本书的作者算是作家吗？他们要么是记者，要么本身就是设计师，几年后我才更为准确地了解杂志作家的定义。

从 1997 年的《媒体帝王》到 2002 年的《杰克·韦尔奇自传》，我们目睹着中国的商业出版杂乱无章却活力十足的崛起。它同样充分吻合我刚才为美国商业书籍的分类。尤其是过去的两年内，中国日趋成熟却仍旧混乱的商业环境对于正规商业操作方式的渴望，使得一切实用管理书籍（比如《六西格玛原理》、《发现利润区》等）热销。中国的阅读者极度

幻想这种“step by step”的方式可以立刻改善自己公司的混乱局面。同时，我们看到中国的一些商人仍坚信中国国情的特殊性，他们在接纳杰克·韦尔奇的领导艺术时，似乎仍未完全忽略《曾国藩家书》的魅力。我们还无比迷恋迈克·波特这样的精英。以中信出版社为代表的出版机构，毫不厌倦地将那些过气与不过气的精英们一个个搬了出来。尽管在“9·11”事件与华尔街丑闻之后，他们的名声已大幅度缩水，但这一点也不影响他们在中国继续当红。中国尚还稚嫩的管理学者则开始尝试用这种管理思想来分析“海尔，中国造”。同时，被流行化的商业理念（如《穷爸爸，富爸爸》）就像当年的《苏菲的世界》将哲学当作消费品一样，迎合了普通中国人对陌生却渴望的富裕生活的追求……总之，在过去的10年间，在政治与文化仍旧相对被压抑的状态中，中国人的主要创造热情被投放至商业领域，这使中国人以前所未有的热情消费着一切经济学与商业著作。转型期的中国经济学家变成了新的预言家，张维迎的企业理论、周其仁的产权理论与汪丁丁更纯粹的知识兴趣都拥有了更广泛的读者市场。在某种意义上，今日的中国正在以敞开的胸怀迎接那些陌生的知识与理论，当然这些知识与理论最好能够带来更直接的金钱效应。

我承认，我对于商业书籍的兴趣正在不断减弱，那些包装更为精美的版权书再也引不起我最初的激动。也正因如此，我开始学会辨别哪些是真正杰出的著作。我喜欢彼得·德鲁克或是阿尔弗雷德·钱德勒，是因为他们并非是纯粹的管理学家或是商业史家，他们是真正伟大的思想家与历史学家，他们不过是将自己的兴趣恰好投放在这个点上而已。管理学就像新闻学一样，它不可能单独成为某一学科，因为它不过

是其他兴趣的延伸而已。而商业在本质上强调执行多于理论，商业书籍普遍呈现出一种浅薄化的倾向，它必须是繁忙的商业世界的一种速读材料。而且美国的经验表明，管理学书籍在 20 世纪 90 年代的流行更大程度上是因为，繁荣期的商业领导人更有闲心来听取各种理论家对他们的赞美，他们需要更多顶冠冕堂皇的帽子，他们渴望自己与更伟大的历史传统发生联系。这种洋洋得意的消费欲在危机时刻必然荡然无存。印第安纳大学的阿兰·鲁格曼将一切管理学书籍称作“商业文学”的理由是，除了装饰性，其实它们一点用也没有。

在过去的几年间我们对于商业书籍的消费热情， 40% 是因为对蜂拥而来的新知识的眼花缭乱与恐慌感， 40%则是我们需要追赶时髦，我们真正能够从中获益的比例不会超过 20% 。依靠一本美国的管理实用指南来治理一家中国公司无疑充满荒唐。我还想说，中信出版社那些铺天盖地的引进书像油一样轻飘飘地浮在中国的商业社会这层水面上，它们是那么遥远。但我更要强调，商业书籍在中国的兴起，就像数字文化在中国的成长一样，是一种新姿态的启蒙。就像海南出版社 1997 年那四本书对我这个 20岁的年轻人的触动一样，很多年轻人会被这种出版热潮带向一些更陌生与新奇的方向。我们当然可以说，对商业书籍的偏爱映衬了我们社会的浮躁心态，但我会说，这总比年轻人总是阅读那些陈旧、封闭的东西要好。今天的中国人喜欢强调商业社会的优越性，但成熟的商业社会的道路漫长而艰苦，而真正的商业社会也从不会仅仅以商业为核心，它需要政治与文化的平衡发展。静下心来，你会发现真正深刻影响商业世界的书籍可能并非是商业书籍，它可能是伟大政治人物的传记，也可能是一部文学作品。最伟大的管理大师根本就是一位哲学家，而吉

姆·柯林斯的“从优秀到卓越”的公司理念实际上是一种普遍性的价值观，它同样适合于其他领域……也就是说除了一小部分过分技术化与专业化的作品，商业书籍的实质就是，它们根本就不应该被称作是商业书，而对商业世界有影响的书籍，也并非是狭隘的商业出版物。



张季鸾1941年在密苏里新闻学院说，中国报业与国外报业不同。今天，我们在对《大公报》怀着类似美国记者对于当初的《纽约时报》的乡愁时，同样可以意识到这两种怀乡病的不同。尽管面临种种困境，美国新闻界仍处于一种稳定的伟大传统之中。19世纪末刚刚起步的中国新闻业在政治动荡中不由自主地衰落与消亡，而今天，刚刚开始复苏的它又一头扎入了美国新闻界目前陷入的泥淖——对利润的过度追逐。这使我们的处境显得极为尴尬：一方面，我们还未建立起基本的新闻传统，一方面就已迅速地、头也不回地陷入了庸俗化之中。

## 作者简介：

许知远，2000年毕业于北京大学微电子专业。2001年起任《经济观察报》主笔，并担任台湾《天下》杂志、香港《CUP》杂志的专栏作家。已出版的作品包括《那些忧伤的年轻人》、《转折年代》、《这一代人的中国意识》、《思想的历险》等。

责任编辑：杨智慧
封面设计：
建议上架类别：文化产业·传媒




北京万水电子信息有限公司
Beijing Multi-Channel Electronic Information Co., Ltd.
地址 北京市海淀区长春桥路5号新起点嘉园4号楼1707室
邮编 100089
电话 (010) 8256 2819（总机）
传真 (010) 8256 4371
E-mail mchannel@263.net
waterpress@126.com（投稿）
ISBN 7-5084-3139-1
定价：28.00元